

ESCUELA DE PERIODISMO

PANTALLAS DE BARRIO

CANALES COMUNITARIOS CHILENOS
Y SUS PROYECCIONES EN LA TELEVISIÓN DIGITAL

Seminario para optar al título de Periodista

ALUMNAS CAMILA NICOLE MORALES MONROY
DANIELA ARELIS URIBE CARO

PROFESOR GUÍA VICENTE PARRINI ROSES

Santiago, 2011



AGRADECIMIENTOS

A nuestras familias, por su apoyo incondicional y por darnos todas las facilidades para desarrollar este reportaje y para forjarnos como profesionales. A todos los que leyeron y aportaron para que esta tesis fuese legible, en especial a Víctor Paredes, quien también colaboró en el diseño. A Vicente Parrini, por confiar en el nebuloso proyecto de estas dos estudiantes, y a todos los entrevistados que se tomaron el tiempo de recibirnos y conversar con nosotras. Por último, agradecemos a quienes son el motor de esta investigación: los canales comunitarios. Después de todo, esta tesis es por y para ellos.

RESUMEN

La información recabada en este reportaje pretende explorar las posibilidades de sustentabilidad de los canales de televisión comunitaria chilenos ante la llegada de la Televisión Digital Terrestre, que cambiará el modelo de televisión analógico a través del que los canales, incluidos los comunitarios, transmiten actualmente. Para ello, se indagó en paradigmas de la televisión alternativa: qué se entiende por este concepto, cuáles son sus antecedentes, cuál es su relevancia y por qué amerita su existencia. En la búsqueda de definiciones más allá de lo teórico, se visitaron tres estaciones de televisión comunitaria: Señal 3 La Victoria, el primer canal comunitario chileno; Umbrales TV de Villa Francia, que busca generar lazos no sólo con televisoras, sino también con prensa y radios populares; y Canal 3 Pichilemu, una señal de la sexta región cuya particularidad es ser gestionada por profesionales de las comunicaciones, a diferencia de otras experiencias comunitarias que han sido levantadas por autodidactas. A partir de ello, se establecieron modelos de gestión, falencias y posibles proyecciones para los canales comunitarios. Todo esto, con el fin de rescatar estas experiencias invisibilizadas por los medios tradicionales y ahondar en cuáles son sus proyecciones con la televisión digital en Chile. Para complementar lo anterior, se seleccionaron casos extranjeros representativos -Estados Unidos, Argentina, España-, con el propósito de conocer distintos modelos de televisión comunitaria, así como evaluar el desarrollo de estas antenas ciudadanas en países donde ya se ha legislado sobre Televisión Digital Terrestre, TDT.

ABSTRACT

The information collected in this report explores the possible options to sustain Chilean community television channels upon the implementation of Digital Terrestrial Television, which will replace the analogue television model currently in use to transmit the community channels. This study investigates alternative television paradigms; exploring each paradigm's concept, antecedents, and why it is they are necessary. In search of definitions beyond the theoretical, three community television channels were visited: Señal 3 La Victoria, the first Chilean community channel; Umbrales TV, from Villa Francia, which seeks to build links between television, popular press, and popular radio; and Canal 3 Pichilemu, a signal from the south of Chile which -unlike the other two cases- is one of the few that are administrated by professionals in communication. Once this information was collected, management models were identified as well as shortcomings and possible projections for community television. For further analysis, representative cases were selected from the United States, Argentina, and Spain; to identify different community television models and also to evaluate the development of public access channels in countries that have already legislated Digital Terrestrial Television (DTT). This study attempts to examine previously overlooked experiences and to interrogate projections of the new Digital Television scene.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN: LA OTRA PANTALLA CHICA

Tras años de aparecer en las pantallas, IrreverenTV, el único canal comunitario de Valparaíso, dejó de transmitir y cerró para siempre. Atrás quedaron los intensos fines de semana de trabajo hasta la medianoche, las entrevistas para rescatar la vida de distintos personajes del puerto y el sueño de este medio por convertirse en una plataforma ciudadana.

Se ubicaban en el sector de Playa Ancha, barrio universitario y residencial que recoge el espíritu característico del puerto. Fue allí donde se levantó una antena, la que poco a poco comenzó a mezclarse con el paisaje de casas de colores. A pesar de los esfuerzos por instaurarse, por ser carne con la comunidad, IrreverenTV no logró conectarse con los porteños.

“Por diversos motivos, no pudimos generar lazos con quienes nos circundaban, tanto en el barrio como en Valparaíso en general. Valpo es muy pequeño, entonces hubo poca gente interesada. Un grupo reducido hacía todo el trabajo. Cuando esos pocos debimos migrar, todo se vino abajo”, recuerda abatido Nicolás Tapia, quien fue miembro del canal.

El fracaso de esta experiencia no sorprende. Muchos canales comunitarios se quedan a medio camino, sin concretar su cometido de levantarse como alternativa a la televisión tradicional. Las causas son diversas, en el caso de IrreverenTV fue porque, al parecer, ningún vecino quiso ser parte de este medio.

Otras veces, los canales mantienen el anhelo de comunicar y, a pesar de que las dificultades los ahogan, permanecen vivos en sus barrios. Precariedad, en un amplio sentido, es la mejor palabra para describir cómo se encuentran: falta de dinero, equipos casi obsoletos, poca gente involucrada y escasos conocimientos audiovisuales. La comunicación popular no es una tarea fácil.

El mayor enemigo de estas señales no es sólo su propia subsistencia, sino su falta de reconocimiento. Se trata de una lucha que no se da en los barrios, sino en el plano jurídico. No es que la legislación chilena impida este tipo de iniciativas, simplemente las omite. En ningún rincón de las leyes que rigen la televisión se nombran a las estaciones comunitarias.

En un camino pedregoso, pareciera que las nuevas tecnologías brindan una ventana a las señales comunitarias. Una de ellas es la Televisión Digital, la que podría ser un aporte porque abre nuevas opciones para transmitir y, además, porque traerá de la mano una nueva ley que podría ser más benevolente con estas pequeñas antenas.

Para comprender las distintas piezas que conforman el gran *puzzle* de la televisión comunitaria chilena, no basta con preguntarse por qué clausuró IrreverenTV, ni con hablar sólo de lo jurídico. También es necesario repasar su historia, analizar su importancia y entender cabalmente todo lo que implican las pantallas de barrio.

CAPÍTULO I:

DE DÓNDE VIENEN, A DÓNDE VAN

"Estamos viviendo dos historias distintas:
la de verdad y la creada por los medios.
La paradoja, el drama y el peligro
están en el hecho de que conocemos cada vez más
la historia creada por los medios de comunicación
y no la de verdad".
Ryszard Kapuscinski

1.1 MUCHOS NOMBRES, UN SENTIDO

Alternativos, ciudadanos, comunitarios, populares, contrahegemónicos. Existen muchas formas de nombrar a las experiencias mediales donde la ciudadanía busca expresarse. El término Tercer Sector de la Comunicación (TSC) es el más general para abarcarlos. En el formato que sea, el TSC se refiere a medios que surgen desde la sociedad civil como respuesta a sensibilidades informativas no satisfechas ni por el Estado ni por los privados.

Muchos organismos se han lanzado al desafío de definir a qué apuntan estos medios. En el caso de la radio y la televisión comunitaria han sido acotados por la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC), por el Parlamento Europeo -con el fin de legislar sobre ellos- y por teóricos de la comunicación y el periodismo, como la doctora en comunicaciones Chiara Sáez y el periodista boliviano Alfonso Gumucio-Dagrón, entre otros.

¿DE QUÉ HABLAMOS CUANDO HABLAMOS DE TV COMUNITARIA?

Hay características transversales que establecen qué es un canal comunitario: que sea sin fines de lucro -lo que no significa que deba ser pobre o que no pueda recibir recursos-, que en la gestión, administración, manutención y creación de contenidos del medio, la comunidad participe y esté representada; que la toma de decisiones sea de forma horizontal y que no realicen proselitismo político partidista, ni religioso.

El término comunitario se puede entender de dos maneras: como una comunidad arraigada a un territorio con límites definidos o como una comunidad de intereses. Por ejemplo, Canal 3 Pichilemu es una antena que representa a una comunidad territorial de la sexta región de Chile; mientras que un medio gestionado por la etnia mapuche pertenece a un grupo de interés, ya que escapa de un territorio limitado.

Cristian Cabalín, Periodista y Magíster en Antropología y Desarrollo, explica que hablar de comunidad implica necesariamente un arraigo territorial. "Los canales comunitarios no pueden desconocer el contexto donde se instalan. La trayectoria cultural que tienen las audiencias es fundamental para el desarrollo y éxito de este tipo de medios, los que no pueden dejar de lado la historia individual de cada hombre que habita en el sector".

Patricia Bustos, Periodista y Cineasta que trabajó levantando medios populares a inicios de los 90, coincide con Cabalín en la necesidad de que los canales comunitarios se remitan a una localidad determinada. "Hacen falta más experiencias locales, que estén en circuitos pequeños y que rescaten las historias de cierta localidad, lo que allí sucede. Si tuvieran alcance nacional, perderían su esencia, serían otro canal masivo".

NO SÓLO DE GENTE Y TIERRA

Aun así, no cualquier señal al aire dentro de una localidad puede ser catalogada de comunitaria. Por ejemplo, un canal de una municipalidad o de un grupo de religiosos, a pesar de que su antena transmita a sólo unas cuadras a la redonda, no es comunitaria, ya que no surge como una lectura crítica de la sociedad. A su vez, el canal debe responder a las necesidades de la comunidad y no al revés. Un organismo externo no debiera imponerse.

Sobre el alcance geográfico, surgen confusiones entre lo que es un canal comunitario, uno local y uno regional. Todos estos se limitan a un territorio, sin embargo, tienen claras diferencias de gestión. Los canales locales surgen con fines de lucro. Se trata de pequeñas empresas mediáticas de origen privado o público-municipal que no provienen de un

movimiento de bases. Asimismo, el modelo económico-político que sigue un canal local o regional es muy similar al que siguen los canales masivos de alcance nacional.

Además de comunitarios, estos canales se han hecho llamar populares. Por ejemplo, Canal 3 Pichilemu y Señal 3 La Victoria reunieron a otras antenas comunitarias para conformar una organización que los agrupara: la Red de Televisoras Populares y Comunitarias, RTP. Umbrales TV de Villa Francia también se ha apropiado de esta palabra y su lema es "televisión popular, desde el pueblo para el pueblo".

POPULAR NO SIGNIFICA MASIVO

Generalmente, el término popular se refiere a lo masivo. En el caso de los canales comunitarios o populares, esta acepción no tiene relación. Lo popular representa a una antípoda de clases: clase hegemónica y clase subalterna. Se trata de la forma de organización, las instituciones, la construcción material y simbólica de los más pobres.

En Chile, desde la década del 40, la clase popular asentó su territorio en poblaciones, de ahí que fueran denominados pobladores. Para el doctor en sociología Eugenio Tironi, el concepto poblador es un simple "eufemismo que se emplea ordinariamente para designar al sector social que mejor representa el fenómeno de la desintegración" (Palma 2004:44). Claramente, el grupo social que no ostenta el poder ni la hegemonía.

Así, canales como Señal 3 La Victoria y Umbrales TV, de Villa Francia, pueden agruparse bajo la categoría de canal popular, pues los gestores de ambas antenas pertenecen a poblaciones históricas y emblemáticas, reconocidas por ser parte de una tradición de reivindicaciones sociales que caracterizan el movimiento popular chileno.

ALTERNATIVO DE DICHO Y HECHO

Otro término utilizado para hablar de estas experiencias es alternativo. Según la socióloga y doctora en comunicaciones Chiara Sáez, se trata de medios que representan a los sectores con menos poder en la sociedad, cuyos intereses son opuestos a los de la TV tradicional,

sea privada o pública. Además, se caracterizan por su autonomía, participación y contrainformación. Su rasgo clave es la intención de cambiar el orden social en práctica y discurso.

Asimismo, Cristian Cabalín reconoce dos tipos de medios: los comunitarios, arraigados en un territorio, y los alternativos. “Hablar de medios populares es reivindicar el papel histórico político de ese habitante de las zonas más pobres de la capital. Yo prefiero hablar de medios comunitarios porque en la comunidad se integra ese sujeto popular clásico que vive en una población, pero se integra a una parte mayoritaria que ya no comparte esas categorías. Los medios populares que juegan un papel de actor político, para mí, caen en la figura de alternativo”.

De esta manera, un canal comunitario podría tener características de alternativo si surge desde un cuestionamiento al orden social y a los medios masivos. A su vez, un medio alternativo puede ser popular por sus objetivos reivindicadores para los sectores sociales en desventaja. En adelante, alternativo, comunitario y popular se utilizarán como sinónimos para referirse a los canales, ya que Umbrales TV, Señal 3 La Victoria y Canal 3 Pichilemu, con algunos matices, poseen rasgos de las tres categorías descritas.

1.2 EL VALOR DE LA TELEVISIÓN POPULAR

Estudiar la experiencia de la televisión comunitaria en Chile implica darse cuenta de que estos medios no sólo son modos de expresión, también son parte de una dimensión central en las actividades humanas: la comunicación. Cuando los integrantes de este movimiento sacan la voz en el precario contexto en el que se encuentran, se convierten en actores sociales y forman parte de procesos transformadores en donde su mirada se expresa en la producción audiovisual.


Niños encumbran volantines en un espacio baldío de la población Parinacota.

Es el caso de los vecinos de la población Parinacota, ubicada en Quilicura, que se convierten en protagonistas en las pantallas de su vecindad, mostrando cómo se las ingenian para hacer rendir el dinero a la hora del almuerzo. Se trata de "Parando la olla" una serie de microdocumentales producidos por Parinacota TV, el canal comunitario de este pequeño conjunto de *blocks*. Y aunque esta intervención audiovisual suena simple, es más compleja de lo que parece, porque implica retratar a la localidad desde adentro sin estereotipos.

La televisión comunitaria se enmarca en un proceso de disputa entre lo local y lo global, no sólo en aspectos geográficos, sino también en lo que respecta a los medios. "En tiempos en que el sentido de lo propio va perdiendo espacio en una televisión abierta marcada por la globalización de las comunicaciones, profundamente privatizada y desregulada" (Sáez 2007), un medio surgido y desarrollado en la cercanía de una población cobra gran valor.

Desde una perspectiva antropológica, Cristian Cabalín explica la importancia de estos medios en los sectores populares. “Los canales comunitarios se caracterizan por disputar a los medios masivos la construcción simbólica, ayudan a las comunidades en su identificación territorial, en la trayectoria de sus vidas y en el proceso de integración social. Además, potencian la democracia más allá de un proceso para elegir autoridades. Visto así, los medios comunitarios juegan un papel importante”.

También periodista, Cabalín agrega otra arista para justificar el valor de los medios populares. “Los vecinos viven diariamente con el prejuicio que la televisión emite sobre ellos. Como si nos les bastara con ser bombardeados por la droga y el aumento de la delincuencia”. Cabalín no habla sólo desde la teoría, también con la fuerza de la experiencia. Gran parte de su infancia y adolescencia la vivió en La Bandera, una de las poblaciones más antiguas de Santiago y que ha sido estigmatizada negativamente por los noticiarios.

Los contenidos de las pantallas comunitarias muestran lo que otros medios masivos no permiten, como a los vecinos dando cuenta de cómo se come en su barrio por unos pocos pesos, contrario a las irreproducibles recetas de los chef de los matinales. Esta contraposición también se explica porque "en toda sociedad existe lo que llamamos cultura oficial y otra que es contestataria. La cultura no oficial a la que nos referimos aquí, muestra una aspiración crítica del resto de la sociedad” (Berríos 1990:7).

Y aunque los canales comunitarios son críticos con la televisión tradicional, igualmente reproducen ciertos patrones establecidos por los medios masivos. Pablo Corro, periodista y profesor de estética en la Universidad Católica, justifica el porqué. “Cuando el proyecto mediático artístico se compromete radicalmente con su contingencia y contra un sistema hegemónico monopólico dominante, cualquier reflexión de experimentación o sobre la estética es inoportuna, es un lujo”. Es decir, la urgencia radica más en el contenido que en la forma.

En Umbrales TV, canal que nace en la histórica población Villa Francia, no cuestionan los

patrones culturales de la televisión, más bien se centran en proponer contenidos programáticos diferentes para sus vecinos. “Desde un principio vimos al canal como un instrumento de transformación. Queremos mostrar miradas distintas, rescatar nuestra verdad de lo que está ocurriendo”, explica Luis Rivera, uno de los fundadores de este medio.

EL DERECHO DE TRANSMITIR EN PAZ

La idea de montar un canal comunitario no parte de la nada. Umbrales TV y otras señales comunitarias entienden que existe una justificación y un respaldo internacional que avala sus iniciativas. “Aquí el trasfondo es el derecho humano a la comunicación, reconocido por las Naciones Unidas, lo que implica su reconocimiento internacional. Eso implica el derecho a la existencia de medios alternativos de comunicación, donde la gente pueda ver, escuchar o leer noticias distintas a la visión del mercado”, argumenta Luis.

Los Derechos Humanos (DDHH) que hablan sobre la comunicación son relativamente nuevos. Al ser una variable histórica, estos avanzan acorde a los vaivenes de la sociedad. En un principio, cuando se redactaron los primeros derechos al final de la Segunda Guerra Mundial, se trataron sólo tópicos civiles. Luego surgieron otros temas, como medio ambiente y nuevas tecnologías de la información.

Tratados como la Declaración Americana de los Derechos y Deberes del Hombre (Colombia, 1948), la Convención Americana sobre Derechos Humanos (San José de Costa Rica, 1969), la Carta Africana de Derechos Humanos y de los Pueblos (1981), entre otros, plantean ideas bastante similares a lo manifestado en la Declaración Universal de Derechos Humanos: garantizar a toda persona su derecho a informarse e informar como estime conveniente, en los formatos que desee, sin ningún tipo de restricción.

“La Constitución chilena reconoce los tratados internacionales en su artículo quinto. Además, según la jerarquía del derecho, las leyes o constituciones tienen un orden: todos están albergados en la Declaración Universal de Derechos Humanos, seguidos por tratados internacionales y luego por la legislación particular de cada Estado” (Nogueira 2003). Por

lo tanto, a pesar de no estar contenidos en la ley chilena, los canales comunitarios tienen un respaldo que avala su creación. De ahí sacan energías para seguir funcionando.

LA REIVINDICACIÓN DE LA CULTURA POPULAR

Cuando los voluntarios de Parinacota TV se reúnen a discutir sobre la creación de contenidos y el destino del canal, lo que se genera es más que una reunión de pauta, es una asamblea horizontal. Gran parte de la conversación gira más en torno a los problemas que aquejan a la población, que a temas netamente periodísticos o televisivos, lo que da cuenta de la importancia de los lazos afectivos de sus integrantes y de los vecinos.

Lo trascendental parece ser la interacción entre los miembros, potenciar el arraigo y el sentido de pertenencia a un lugar. Finalmente, en las asambleas de Parinacota TV y en las de muchos canales comunitarios, lo que se está construyendo es más que una señal de televisión, es la reivindicación del mundo popular. Una cultura que esté por sobre los valores funcionales del modelo económico, como la eficiencia y la competencia entre las personas.

“Creo que existe una cultura popular, pero sumergida, invisible, que no está en acción. Cuando uno visita las poblaciones ya no se ve mucha solidaridad y altruismo. ¿Por qué? Porque el pueblo fue destruido totalmente, ya no tiene identidad”, denuncia José Ángel Cuevas, poeta perteneciente a los llamados Veteranos del 70 y profesor de filosofía.

Según la historiadora Jennifer Palma, en una investigación sobre la Radio Popular Villa Francia, la cultura y memoria popular “es aquel constante recuerdo de la vida de los pobres, de exclusiones y conflictos, que, a pesar de ello, conlleva un proceso de humanización e historicidad muy ligado a la acción solidaria constitutiva de la identidad que define la esencia del pueblo mismo” (Palma 2004:55).

Lo popular, por lo tanto, “es una valoración que apela a la acumulación histórica de las vivencias cotidianas, como experiencias políticas o económicas arraigadas a las formas de habitar de una población determinada. Verdaderas redes de intercambio de información y aprendizaje de la ciudadanía” (Canclini 1995: 22).

LA SEMILLA DEL CAMBIO

Cuevas cree que en Chile el sentimiento solidario fue menoscabado. "La cultura popular está ausente. Luego de la dictadura, las masas estaban pendientes del televisor y se volvieron pasivas y poco críticas. Ahora, el pueblo puede volver a construir un movimiento nuevo, pero la astucia de los medios masivos los detiene". En ese sentido, la doctora en comunicaciones Chiara Sáez coincide con Cuevas y propone la creación de nuevos medios, que hablen de las identidades sumergidas.

"La diversidad en el sistema de medios en general, pasa menos por un cambio en los discursos de los medios tradicionales que en la búsqueda de condiciones para que los discursos provenientes de otros sectores sociales tengan una presencia equivalente en la esfera pública" (Sáez 2008:14). Es decir, y en esto se enfoca su tesis doctoral, más que cambiar a los grandes medios masivos, se deben fortalecer las experiencias comunicacionales de la ciudadanía, a fin de que proliferen.

"Es necesaria una televisión que diga las cosas como son, que sea una televisión popular. Necesitamos que se sepan las otras verdades. Hasta ahora, la televisión abierta ha vivido en base a banalidades que controlan absolutamente las consciencias", continúa José Ángel Cuevas. Los canales comunitarios emergen desde las bases rescatando este espíritu, reivindicando distintos discursos e imaginarios.

A pesar de la gran potencialidad social que estas pequeñas antenas poseen, su principal problema es su propia supervivencia, específicamente su financiamiento. Lamentablemente, "no existe una fórmula mágica para la sostenibilidad integral de los medios comunitarios. Sin embargo, lo social, institucional y económico deberían tomarse en cuenta para lograr un equilibrio que permita no solamente la supervivencia, sino el desarrollo de los procesos de comunicación participativa" (Gumucio-Dagrón 2001:4).

Además de generar dinámicas para fortalecer a los medios comunitarios, el periodista Alfonso Gumucio-Dagrón propone estudiar la historia de la televisión en general, sea pública, privada o alternativa, ya que estas tres historias están íntimamente relacionadas y cada una explica a las otras.

1.3 HISTORIA DE TRES TELEVISIONES

Cuando la televisión llegó a Chile e inició sus transmisiones, en la década del 50, el rol de gestionarla estuvo reservado a tres universidades: Universidad Católica de Valparaíso, Universidad de Chile y Universidad Católica de Chile. En ese entonces, se estableció que el espectro radioeléctrico sería un bien nacional a la altura de la electricidad y el agua y, como tal, le pertenecería a todos los chilenos, por lo que el Estado concesionaría su administración.

Las primeras legislaciones permitían, en el papel, dos tipos de prestaciones televisivas: privadas y educativas. En la práctica, los gobiernos de Jorge Alessandri y Eduardo Frei Montalva sólo entregaron del segundo tipo y únicamente a las universidades. "Alessandri miraba con desconfianza generalizada a los medios de comunicación, Frei Montalva, en cambio, apuntó desde su inicio al objetivo de crear una red estatal, por lo que descartó cualquier paso que no se diera en esta dirección" (Sierra 2006:116).

Manuel Calvelo, uno de los gestores de la TV en Chile, recuerda con una dosis de romanticismo que "por ley, los canales de televisión eran exclusivamente universitarios, sin fines de lucro, con objetivos de educar, informar y recrear". Asimismo, "durante los años 60, existió un consenso político de rechazar la televisión privada, porque no podría cumplir con los objetivos de educación y cultura como sí podían las estaciones universitarias existentes" (Vera 2005:16).

La televisión estatal llegó junto con la primera ley exclusiva sobre televisión dictada en Chile, la que "entregó sólo concesiones a los operadores que ya existían, a nadie más, y por tiempo indefinido" (Sierra 2006:118), con lo que se fortaleció el modelo universitario y estatal. Las figuras de televisión ciudadana, televisión comunitaria o siquiera televisión local no rondaban en la mente de los legisladores chilenos.

MIENTRAS TANTO, EN AMÉRICA LATINA

Con algunos matices, este modelo se replicó en toda Latinoamérica. La llegada de la televisión coincidió con un contexto particular: los años 60. La efervescencia política y social fue la tónica de esos años. De pronto, las masas de todo orbe, incluyendo a Chile, definían objetivos por los que movilizarse y reconocían la urgencia de filmar videos que mostraran su particular forma de entender los procesos sociales, ignorados por los medios tradicionales.

Planteada la necesidad, la tecnología avanzó a la par y las cámaras se hicieron más asequibles. Sólo había que salir a registrar. Los audiovisualistas "empiezan a comprometerse con la denuncia de las causas sociales de miseria, falta de vivienda, desnutrición, alcoholismo, la propiedad oligárquica de la tierra. Hubo una urgencia de la actitud reactiva: ir a los barrios y grabar, mostrar la represión a obreros, a las viejas, a los pobladores" (Corro 2010).

Estas carencias fueron detectadas por la UNESCO[1] y la CEPAL[2], quienes estudian las causas de la desigualdad y pobreza en América Latina. La apuesta de estos organismos internacionales para superar las brechas consistió en ahondar en modelos de desarrollo que implicaran crecimiento económico, distribución de la riqueza y aumento en la calidad de vida.

Entre las propuestas, apareció una que sugiere ciertas políticas comunicacionales que podrían fomentar y alcanzar el bienestar del ser humano: la comunicación para el desarrollo. Ésta "tiene que ver con la búsqueda de la comunicación social como herramienta de educación no formal de los sectores que no participan de los beneficios del desarrollo" (Bustos y Pezoa 1995:8).

---

[1] UNESCO, United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. En español, Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. Es una comisión de la ONU especializada para desarrollar dichas áreas.

[2] CEPAL, Comisión Económica Para América Latina y el Caribe, es un organismo dependiente de las Naciones Unidas y sus campos de acción tienen que ver con el desarrollo económico de Latinoamérica y el Caribe.

Manuel Calvelo, gestor e inspirador de muchas experiencias de televisión educativa y participativa en América Latina, es casi el creador de este concepto. "En la televisión actual tú eres responsable del programa hasta que lo pones en la antena. Si lo que quieres es hacer es comunicación, tienes que seguir el programa hasta el momento de la recepción, con el destinatario para el que lo construiste. A eso llamo comunicación para el desarrollo".

Estas dinámicas populares y los esfuerzos de desarrollo de organismos internacionales tuvieron su piedra de tope en las sucesivas dictaduras que azotaron América Latina desde la década del 70. En Chile, el vuelco se vivió en 1973, con el golpe de Estado que derrocó a Salvador Allende.

VIDEOACTIVISMO EN DICTADURA

Los años de autoritarismo estuvieron marcados por el control y clausura de los medios y por la imposibilidad de expresión de los sectores de oposición. “La vida cotidiana de los sectores medios, el mundo popular, la miseria, la represión, las acciones solidarias, los testimonios de defensa de los derechos humanos, etc., carecían de imágenes que dieran cuenta de su existencia. La idea del régimen fue eliminar, tapar y olvidar” (Gárate y Navarrete 2002:21).

En este contexto, se autoriza el ingreso de actores privados con fines de lucro a la propiedad de la televisión, con ello cambia el rol del medio. “Es el tiempo de la transformación de la TV en un medio sustancialmente programado con mensajes de diversión. La homogenización ideológica tiende a evitar la discusión de temas trascendentes para la sociedad y subraya (...) un formato tipo *show* en que el espectáculo, la escenografía rutilante y el *glamour* de las animadoras, tenía más importancia que la información” (Gárate y Navarrete 2002:22).

Otra consecuencia de la dictadura fue la desarticulación del masivo movimiento social. El quiebre fue tan duro, que éste se replegó y en definitiva se atomizó. “Hay un quiebre terrible, un espantoso aplastamiento. Empezó el 11 de septiembre del 73, con la

persecución y los campos de concentración. Entonces se acabó todo, la organización, el movimiento musical, los escritores, la vida popular", se lamenta José Ángel Cuevas, poeta y profesor en la Corporación Cultural Balmaceda 1215.

A pesar de ello, la resiliencia propia de los movimientos sociales y de la clase popular permitió su reconstrucción paulatina. "Este fenómeno es denominado Nuevo Movimiento Social" (Palma 2004), el que se manifestó gracias a instituciones y grupos compuestos por profesionales, muchas veces ligados a ONGs, que empezaron a usar el video como una posibilidad eficaz y atractiva de denuncia y expresión cultural.

RADIOS LEGALES, TEVÉS PIRATAS

Paralelamente al desarrollo de la televisión comunitaria, surgió en las poblaciones otro fenómeno: la radio popular. Mucho antes que las televisoras, las radios se unieron en organizaciones como la Asociación Nacional de Radios Populares (ANARAP) y tomaron la iniciativa de legalizarse. Tras una extensa y ardua discusión con el gobierno de turno, a mediados de los 90 se aprobó una ley para radios de mínima cobertura.

En ese entonces, la Asociación de Radios procuró mejoras para sus adeptos, sin prever que sus válidas aspiraciones podrían traer consecuencias negativas para otros medios. Un ejemplo son las televisoras comunitarias, que actualmente se ven afectadas por las modificaciones hechas a la Ley de Telecomunicaciones para amparar a las radios populares.

Entre otras cosas, la nueva legislación estableció el término de medio "comunitario" en reemplazo del concepto "popular". A su vez, incorporó sanciones con penas de cárcel, multas de hasta 300 UTM y confiscación de equipos para aquellos que "maliciosamente interfieran, intercepten o interrumpan un servicio de telecomunicaciones". De ahí que esta norma afecte a las televisoras comunitarias, pues la transmisión de estas antenas es "pirata".

Entre los grupos audiovisuales surgidos en esta coyuntura, se encuentran Ictus, colectivo audiovisual ligado al grupo de teatro del mismo nombre; y Teleanálisis, noticiarios y documentales que se obtenían en formato VHS, a través de una suscripción mensual. Los videos producidos por estas experiencias de contrainformación registraron numerosos momentos que no eran noticia en las cadenas nacionales, "como el disparo de un carabinero a la estudiante de música María Paz Santibáñez, en las puertas del Teatro Municipal" (Cárdenas 2009:87).

En este período, no se registran experiencias de video realizadas autónomamente por los sectores populares. Más bien, éstos fueron objeto de registro por audiovisualistas independientes. "Es durante la transición de la dictadura a la democracia, cuando los activistas empiezan a desaparecer, que los pobladores toman las cámaras" (Bustos y Pezoa 1995).

CAMBIO DE MANDO Y TRANSICIÓN

Con el triunfo del No, Chile se abría paso hacia una esperanzadora democracia. Para los medios alternativos no llegó precisamente la alegría prometida por la campaña de la Concertación de Partidos por la Democracia. "Una vez caída la dictadura, los videístas independientes perdieron el referente confrontacional y los recursos enviados desde el extranjero disminuyeron hasta extinguirse" (Bustos y Pezoa 1995:2).

La escasez de dinero se debió en parte a que el nuevo gobierno democrático no tuvo mayor interés en potenciar estos medios. Además, no fue partidario de que organismos internacionales o embajadas extranjeras los financiaran. Para Juan Pablo Cárdenas, Premio Nacional de Periodismo 2005 y uno de los creadores de Teleanálisis, el cometido comunicacional de la Concertación ha sido el de hacer "desaparecer uno a uno los medios independientes y practicar la política de encantamiento con los medios tradicionales, ofreciendo publicidad estatal a cambio de una oposición discreta" (Cárdenas 2009:146).

En el nuevo escenario, a muchos no les quedó más remedio que insertarse en el mercado, abandonando sus antiguas tareas de denuncia. Así, en la transición política surge una transición audiovisual: los videos populares. Se trató de talleres de capacitación audiovisual impartidos en los barrios más pobres de la capital, realizados por diferentes grupos, entre ellos algunos estudiantes universitarios.

Fue el caso de la periodista y documentalista Patricia "Pachi" Bustos. Hacia 1994, realizó clases de comunicación popular en La Florida. "Nuestra idea de comunicación popular era darle los medios a la gente, para que rescataran sus historias, se retrataran a sí mismos, valoraran lo que se hacía en el barrio y así crearan una identidad, un cuerpo. Esta gente hacía noticia sólo por hechos policiales y no por los logros que realizaban. Lo que aún sucede en los medios masivos. Era darle voz a los sin voz".

"Todo esto hay que entenderlo en el contexto de los años 80 y 90. Hubo muchos canales de televisión comunitaria, que más que canales propiamente tal, eran grupos de video popular.

Grababan notas, reporteaban asuntos del barrio y editaban en VHS. No había circuitos de televisión, trabajaban más bien en lo que se llama pantallazo, una proyección de videos en pantallas gigantes en la plaza del barrio", agrega Pachi.

CANALES COMUNITARIOS: LA DISPUTA POR LA VERDAD

Los talleres de capacitación marcaron un precedente en los barrios, ya que mostraron a los pobladores que ellos también podían tomar las cámaras y contar historias. Así surge la Señal 3 La Victoria, el primer canal comunitario chileno constituido como tal. "El Canal se inspiró en la experiencia audiovisual de un colectivo político que exhibía pantallazos en tiempos de dictadura, llamado Wenche Monguelen (Sobreviviendo)" (Fuentes del Campo y otros 2009:100).



Inspirados en los talleres de comunicación popular, Señal 3 La Victoria comenzó a usar las cámaras.

Entre otros objetivos, la idea de estos medios ciudadanos es responder a una televisión en la que, según el sociólogo francés Pierre Bourdieu, predomina la crónica roja y el sexo, protagonizada por los sectores pobres de la sociedad.

"Los medios sólo se encargan de mostrar la parte negativa de las poblaciones. Hay muchas cosas buenas que mostrar, pero no lo hacen porque no es un material que venda. Vende mostrar lo peligroso, la pobreza, el sufrimiento de los niños", se desahoga una pobladora de La Bandera (Cabalín 2010:4). Ahí los canales comunitarios disputan la supremacía de la televisión y crean discursos propios con otras formas de mostrar a los pobladores.

COMUNICACIÓN POPULAR DE OTRAS ÉPOCAS Y EN OTROS FORMATOS

Además de la televisión comunitaria, han existido otras experiencias de comunicación popular. Una de las primeras en Chile data los años 30, cuando Luis Emilio Recabarren, tipógrafo y fundador del Partido Obrero Socialista, recorre el país expandiendo la prensa obrera.

En 1949, surge en Bolivia la primera radio popular del mundo. Se trata de una señal autónoma levantada por un grupo de mineros en huelga. Ésta trascendió la coyuntura y se mantuvo en el tiempo gracias al aporte voluntario de los trabajadores. La iniciativa marcó un hito e inició un movimiento de radios participativas durante décadas en Bolivia. (Gumucio, 2001)

En los 60, el video se introduce como herramienta educativa en América Latina, África y Asia. Muchos campesinos fueron capacitados gracias a este sistema. En Chile, durante el gobierno de Salvador Allende, se utilizó material audiovisual para enseñar a leer a campesinos, gracias a un proyecto financiado por la FAO.

Esta tendencia a mostrar los hechos de determinada forma, para Bourdieu es un tipo de censura, que "censura mostrando" al exhibir gente pobre de una sola forma, omitiendo otras. Según el sociólogo, ésta única forma de relato genera homogeneización de los contenidos, producida porque todos los canales se someten a los mismos anunciantes.

Francisco Gedda aterriza la misma crítica en Chile. "Yo parto de un paradigma: el que paga manda. En este caso, la Asociación Nacional de Avisadores, ANDA. Cuando los anunciantes financian la televisión, indirectamente son sus programadores. Es una televisión que manipula y embrutece al espectador, porque un espectador no crítico se compra toda la publicidad. Desde ese punto de vista, es una muy mala televisión, no se salva absolutamente nadie, ningún canal, ninguna radio, ningún medio escrito".

El periodista Paul Walder acota en un artículo de Le Monde Diplomatique que "la televisión no es sólo el medio más influyente. Es también el más rentable en cuanto a captación de publicidad. El 2009, del total de inversión publicitaria en medios, que llegó a 870 millones de dólares, más de la mitad la captó la televisión".

TELEVISIÓN PRIVADA: EL PULPO

La televisión influye en las personas y Chile no es la excepción. Según la última encuesta Nacional de TV 2008[3], el 98% de los chilenos tiene acceso a la televisión abierta, a través de, mínimo, dos televisores por casa. De ellos, el 76% afirma que todos los días ve

[3] Consejo Nacional de Televisión, CNTV, 2008. Sexta Encuesta Nacional de TV. Televisión abierta: Niveles de Satisfacción y Percepción de Calidad, Santiago.

televisión al menos dos horas. Además, el 75% de las personas se informa a través de la TV, por lo que la pantalla se convierte en su ventana hacia la realidad.

Esto se da en el contexto de una alta concentración en la propiedad de los medios en Chile, que responden en su gran mayoría a la misma mirada política, religiosa e ideológica. Claudio Avendaño, Doctor en Comunicación y Académico de la Universidad Diego Portales, ha descrito este fenómeno como un "paralelismo político". "Sucede que el sistema de comunicación funciona acorde a un sistema político y económico privado, los medios tienen una fuerte alineación con estos sectores".

En un especial de la versión chilena del periódico francés Le Monde Diplomatique, publicado en noviembre de 2010, se describía el panorama de la televisión abierta, en que canales de alcance nacional son parte de mega *holdings* empresariales.

Por ejemplo, Chilevisión fue comprada por TimeWarner, empresa tras CNN, HBO y Cartoon Network, entre otras. Mega es controlada por el grupo Claro, dueños de la Compañía Sudamericana de Vapores, parte del banco Scotiabank, el Diario Financiero y la editorial Zig-Zag. Otro caso es Canal 13, donde el 67% está en manos del grupo Luksic, propietarios de la sociedad Quiñenco, la que administra la CCU y el Banco de Chile. A estos casos paradigmáticos se suma la reciente compra del Canal 22 por parte del grupo Saieh, dueños del diario La Tercera y La Cuarta.

A estas redes empresariales que controlan los medios y superan fronteras, Alfonso Gumucio-Dagrón, periodista y documentalista boliviano, los ha llamado pulpos, “cuyos tentáculos llegan a todos los rincones de la tierra. La televisión global no ofrece alternativas al televidente. Al contrario, se erige en una red única y hegemónica con una visión unilateral del mundo”.

TELEVISIÓN PÚBLICA: PELIGRO DE PÚLPITO

Además de las señales privadas, Chile cuenta con un canal público: Televisión Nacional de Chile, TVN, que, a pesar de ser estatal, no recibe financiamiento directo del Estado. Gumucio-Dagrón sostiene que los peligros de la televisión pública tienen que ver con que

la señal se convierta en una tribuna, un púlpito desde donde los gobernantes hagan proselitismo.

Valerio Fuenzalida, teólogo y académico de periodismo en la Universidad Católica, defiende la fórmula de TVN. “El directorio que tiene TVN es una forma útil que garantiza pluralismo, ya que el canal no está en manos del gobierno, sino de los grupos políticos representados en el parlamento. Es el directorio quien toma las decisiones, no el presidente o un ministro”.

Sobre la diversidad que pueden entregar los medios comunitarios, el académico sostiene que su existencia es válida, pero cree que no tendrán mucho futuro y tenderán a desaparecer. “No le hace bien al país tener puros grupitos chicos. Imagínate que el tema de los mineros sólo hubiese sido transmitido en la comuna de Copiapó. No hubiese concitado tanta preocupación ni solidaridad a nivel nacional. El rescate hubiera sido muy distinto”. Por ello, apuesta por el pluralismo que TVN puede representar.

Francisco Gedda trabaja en televisión hace más de 30 años. Dirigió para Canal 13 la exitosa y premiada serie Al Sur del Mundo y luego para Megavisión Bajo la Cruz del Sur. Actualmente, realiza para TVN Frutos del País y Pueblos Originarios. “Estas series se hacen porque alguien dice '¡oh!, hay que acordarse de los pueblos originarios', pero después son saboteadas en horario. Originalmente destinadas al *prime time*, son transmitidas a las cinco, después un cuarto para las seis, luego de nuevo a las cinco, como para que la gente no las encuentre. Entonces no hay voluntad política”, explica Gedda.

Por eso, el audiovisualista defiende las expresiones que surgen como respuesta a los canales masivos estatales y privados. “Aunque sea un pequeño trabajo audiovisual, escuchado por poquísimas personas en una red alternativa, siempre tiene valor. La comunicación es la única forma que tiene el ser humano de preservar su propia diversidad cultural. Los medios masivos no van a representar, en mucho tiempo, la diversidad de una nación, de un mundo como el nuestro”.

Como sea, hay teóricos que insisten en la defensa de las experiencias del tercer sector de la comunicación. “La televisión comunitaria nace como una solución propia que se dan las comunidades para responder a un vacío de comunicación que ahoga las voces locales. Ni pulpo, ni púlpito. La televisión comunitaria no pretende imponerse en gran escala, ni tampoco establecer una prédica unilateral. Recoge más bien el pálpito de la comunidad, el pulso de la vida cotidiana” (Gumucio-Dagrón s.f).

CAPÍTULO II:

PRODUCTO NACIONAL



2.1 SEÑAL 3 LA VICTORIA: LOS PIONEROS DEL CAMBIO

“La Victoria es una localidad emblemática que nace en 1957. Fue la primera toma exitosa en Latinoamérica. Tuvo un proceso de instalación como población, a partir de un campamento, donde vivieron pésimas condiciones de vida”, narra Cristian Cabalín, antropólogo y periodista que ha estudiado el tema de los medios comunitarios en contextos de pobreza.

“Desde su nacimiento hasta el año 73, La Victoria vive un proceso de instalación, de autoconstrucción de la población. Son los propios pobladores quienes dividen el terreno, con lo que viven un proceso de valorización del entorno. Se sienten representados e identificados por lo que están viviendo. Se transforman en actores políticos y sociales”, agrega Cabalín.

“Surgimos en la década del 60, llenos de sueños y utopías, con la esperanza de una sociedad mejor, más justa y solidaria, con la confianza en nuestras capacidades de pueblo,

de poder decidir y construir futuro”, cuenta Víctor Villar, Presidente de la Mesa por la Memoria de La Victoria, al recordar la historia de la población (Muñoz y Madrid 2005:9).

El pasaje Estrella Blanca, donde está instalada la Señal 3, testifica lo descrito. Los niños juegan en la calle y en los techos se pueden ver las antenas para captar el canal comunitario. Los vecinos pasan la tarde sentados afuera de sus casas, todas diferentes y de variados colores. Por la memoria de esta localidad, para no permitir que se perdiera, surge el canal comunitario de esta población.

Luis Lillo es uno de los fundadores del canal. De tez morena, anteojos, y un gorro del que rara vez se desprende, es un personaje famoso dentro del ambiente de los canales comunitarios. Más conocido como Polo, chapa que llevaba durante la dictadura, es un hombre sin pelos en la lengua. Fue él, con otros compañeros de lucha en los 80, quienes decidieron crear el medio.

Hace catorce años que el canal llegó a los televisores de La Victoria. Partió como un canal privado, pero pronto surgió la idea de darle un enfoque colectivo, para ello “comenzó la etapa de trabajo y formación del personal necesario. Este período duró dos años y el 30 de octubre del año 97, a propósito del aniversario de la población, se dio inicio oficialmente al canal Señal 3 de La Victoria, el primer canal de televisión comunitaria de Chile” (Fuentes del Campo y otros 2009:94).

LAS PANTALLAS DE LA POBLACIÓN

Hace tres años, Señal 3 La Victoria mantenía una parrilla con diecisiete programas a la semana. Sin embargo, esa cifra fue decayendo hasta llegar a cuatro programas semanales. Esta baja en su producción se debe mayormente a que “las personas se van. Tú les das los espacios, pero ellos deciden si los toman o los dejan. No podemos obligarlos con una pistola en el pecho”, se lamenta Polo Lillo. Así, en Señal 3, la generación de contenidos es, como en la mayoría de los canales comunitarios, una gran preocupación. Esto, a pesar de que el canal es considerado por otros medios como un símbolo de experiencia.

Producto de estos vacíos en la parrilla, transmiten los llamados programas envasados, es decir, contenidos que no son creados por el canal. Algunos de estos programas han generado polémica dentro y fuera de la comunidad, como es el caso de la difusión ilegal del Canal del Fútbol (CDF), medio privado pagado que posee los derechos de transmisión de gran parte de los partidos de fútbol nacionales.

Ante esta polémica, Polo Lillo comenta "¿Y cuál es el problema? Los pobres también necesitan los eventos más esenciales del deporte nacional. Es más, deberían ser pasados a toda la gente, como en Argentina. Yo creo que la gente está feliz con el CDF gratis".

Otro contenido que ha causado controversia es la exhibición de películas eróticas y pornográficas. "Lo hicimos para ayudar a las parejas. Teníamos canje publicitario con un video club del barrio. De vez en cuando poníamos películas como a las tres de la mañana. Ahí la rompimos en términos de sintonía. La gente nos llamaba para pedir películas más fuertes. Estoy de acuerdo con este tipo de contenidos, porque son un bien a la comunidad".

Desde su oficina en la Facultad de Comunicaciones de la Universidad Católica, Sergio Godoy critica este tipo de contenidos en un medio comunitario, ya que considera que no son un aporte para la comunidad. "Genera atracción transmitir pornografía, porque 'el pueblo tiene derecho a sexo'. Llama la atención, pero ¿en qué queda el apoyo y el fomento de la identidad local?". Además, Godoy afirma que ante una posible legalización, contenidos de este calibre no podrían ser transmitidos.

Pero estas polémicas sólo abarcan una parte de los programas transmitidos por Señal 3. Su parrilla también incluye una constante exhibición de documentales y contenidos de la cadena de noticias venezolana Telesur, canal abiertamente de izquierda que nació como una alternativa a la cadena estadounidense CNN.

Esta programación no está elegida al azar. Para que los contenidos sean atractivos al público, Señal 3 ha realizado encuestas para determinar qué es lo que la comunidad quiere ver en el canal y en una oportunidad recibieron ayuda de un sociólogo para estudiar a sus

televidentes. Así, tratan de crear una parrilla atractiva con una línea de contenidos que represente una alternativa a los medios tradicionales.

SEÑAL 3 PUERTAS ADENTRO

Las decisiones importantes del canal, como escoger la programación, involucran a los ocho integrantes del "directorio colectivo" de Señal 3, en donde antigüedad implica jerarquía. Se reúnen en la pequeña casa que alberga el canal para realizar asambleas y discutir el destino del medio. Al ser un proyecto político de izquierda, mantienen ciertos filtros a la hora de decidir qué programas pasar. Principalmente, deben cumplir con ciertas características: representar un servicio a la comunidad, tener un carácter anti propagandístico y una orientación social y popular.

"No sé si Señal 3 es de toda la comunidad. Por ejemplo, aquí a los evangélicos no se les permite que vengan a hacer sus programas. No queremos hacer nada partidario, ni proselitista, pero sí político en un amplío sentido. Igual dejamos que el cura venga a dar su discurso, pero no enfocado en la iglesia, sino con un sentido social y popular. Si el cura no es progresista, ni cagando le vamos a dar un espacio", advierte Lillo.

Sin embargo, no siempre tuvieron este nivel de incidencia. Cautivar al resto de la comunidad con el proyecto no fue tarea fácil. Polo cuenta que por cerca de diez años mantuvieron el canal gracias a pequeños aportes: la cuota que cada programa pagaba por transmitir y su presencia semanal en la feria de la población, donde se instalaban con un tarrito a pedir aportes y a vender las antenas que sirven para captar mejor la señal. En catorce años, aseguran que han vendido más de 20 mil ejemplares.

"Dime, ¿qué organización se mantiene así durante diez años en Chile? Ninguna. Si nos comparan con Umbrales TV, hay una gran diferencia. Ellos son profesionales, nosotros no. Acá somos todos autodidactas. Hemos crecido a base de esfuerzo, porque decidimos sacar adelante el canal con plata o sin plata. Es un compromiso que no pasa por el dinero, sino por las ganas y por la necesidad".

Estos esfuerzos fueron retribuidos, a través de alianzas con organizaciones internacionales, cuando tuvieron que comprar la casa que actualmente habitan. Durante varios años se instalaron pagando arriendo. No hubo ningún problema, hasta que su dueño, en un momento de dificultades económicas, les avisó que necesitaba venderla. Entonces levantaron una campaña nacional e internacional para juntar la meta de los casi diez millones de pesos que costaba la casa.

Recibieron variados aportes, como el de un periodista alemán que donó 3 millones y medio de pesos y el de la banda española SKA-P, que aportó con otros 3 millones. El resto del dinero provino de colectivos anarquistas de España, Francia e Italia. Una vez con la casa comprada, estos lazos continuaron y hasta el día de hoy reciben dinero de grupos sin fines de lucro, ONGs extranjeras y donaciones personales. Es más, durante los últimos años han sido invitados, con todo pagado, a festivales audiovisuales en Europa.

Señal 3 tiene un fuerte lazo de amistad con el canal comunitario de Pichilemu. Paula, integrante de ese canal, cuenta su visión sobre este lado trotamundos de Polo y compañía. “Les encanta andar paseando. Van patrocinados, con alojamiento incluido, financiados por ex compañeros que se fueron exiliados. Yo le digo a los chicos que vayan a Europa a representarnos. Han hecho tantos contactos, que incluso una organización española les financió unos computadores Mac”.

A pesar de estos avances económicos, los medios comunitarios no sólo deben ser medidos con la vara del dinero. Según Amparo Cadavid, Académica de la Universidad Javeriana de Colombia, la sustentabilidad íntegra de un medio comunitario implica, principalmente, que posean un proyecto político, que participe la comunidad en el medio y que generen alianzas con otras organizaciones.

A su vez, el profesor de estética Pablo Corro, desde sus dependencias de la UC, interpreta la sustentabilidad desde la mirada de los medios populares. “Tal vez para ellos, como comunitarios, la rentabilidad esté entendida en otro sentido, en el sentido de rentabilidad social, de construir lazos, de defender a la comunidad ante cualquier cosa”.

TRANSMITIR CON O SIN AYUDA

Aunque recibe dinero de variadas fuentes, Señal 3 La Victoria es reacia a recibir financiamiento estatal. “¿Qué se puede esperar del poder y del Estado? Los parlamentarios, que se supone que saben sobre canales comunitarios, no tienen idea. Puro venden la pomada. Nosotros no los buscamos, porque no sirve de nada, es perder el tiempo”, dice Polo. No obstante, en otros contextos, Luis Lillo ha pedido ayuda al gobierno. Por ejemplo, cuando participó en la redacción de una carta enviada desde la Red de Televisoras Populares y Comunitarias a Michelle Bachelet, en la que, entre otras cosas, pedían reconocimiento legal.

Asimismo, Paula, del canal de Pichilemu, explica que Señal 3 La Victoria ha cedido en ciertos aspectos. “El Polo está haciendo la gestión para legalizarse, sigue pasos que ha notado que no son tan malos, ni complicados. Se da cuenta de que no son menos contestatarios si lo hacen. Entonces, postulamos juntos a fondos concursables, pero nos dividimos las tareas. Nosotros postulamos a los proyectos y después les decimos dónde firmar y qué hay que hacer”.

Independientemente del financiamiento y de los aspectos legales, los actores sociales que integran el canal están decididos a no dar marcha atrás. “Vamos a transmitir hasta que nos muramos, hasta que vengan y nos cierren. Quizá podemos ser un canal que trasmita por cable. Y, por qué no, piratear la señal digital y trasmitir de esa forma. Va a depender de nuestra inteligencia”.

En Señal 3 piensan que el contexto político les es adverso a los medios comunitarios, por eso desarrollaron un plan para sortear esta brecha y levantar por sí mismos nuevas señales. Tienen equipos que rotan de canal en canal, con la idea de que estas experiencias se multipliquen. “Prestamos una antena y un transmisor. Son 2 millones de pesos en equipos. Lo hacemos sin conocerlos, sin saber quiénes son, sólo sabiendo que tienen la idea de crear un canal cultural, social y educativo. Realizamos acciones concretas, a pesar del modesto presupuesto que manejamos”.

En sus más de diez años de existencia, Señal 3 se ha transformado en un ejemplo a seguir en otros lugares de Chile y del mundo. Pobladores y organizaciones sociales levantan canales con el fin de integrar a sus comunidades, así como dar a conocer el otro lado de las noticias que los informativos tradicionales no muestran. Así, en Chile fueron fuente de inspiración para Parinacota TV y Canal 3 Pichilemu y en Bolivia, para KOKA TV, el primer canal comunitario de ese país.

Los canales comunitarios reconocen que en Chile "hablar de televisión comunitaria, es sinónimo de Señal 3 La Victoria. Nosotros eso lo valoramos y lo respetamos", aseguran en el canal de Pichilemu. Polo y sus compañeros saben de este reconocimiento, pero aseguran que no les interesa el protagonismo. "Realmente, el canal nos interesa para construir más y mejor comunicación".

HACIENDO ESCUELA

Para avanzar en la construcción de una comunicación alternativa y ahondar en la memoria de la población, Señal 3 generó una alianza con estudiantes de periodismo del Instituto de Comunicación e Imagen de la Universidad de Chile. La idea es realizar una escuela de comunicación popular en la población. A partir de ello, cerca de 24 jóvenes ya han aprendido sobre comunicación audiovisual.



Fachada de Señal 3 Victoria, lugar donde se imparten clases de comunicación popular.

Una vez más, sus filántropos extranjeros les tendieron una mano. Para ayudar en este proyecto, el canal comunitario español Tele K donó seis computadores Mac, que permiten capturar y editar videos, además de contener los *softwares* de lenguaje audiovisual con los que productoras profesionales realizan sus trabajos. Gracias a lo anterior, los niños y jóvenes de La Victoria se han adjudicado logros que jamás pensaron.

“Gracias a estos talleres, Gabriela, una de nuestras alumnas, se ganó una pasantía en Francia. Se trata de una beca que busca capacitar a 26 personas de distintos países en Latinoamérica. Ella trabaja en una papelera y ahora se va a Europa. Eso es lo enriquecedor de todo lo que hacemos, ver cómo progresan nuestros jóvenes de la población”, explicó Polo Lillo en una entrevista para el diario La Nación[4].

Además, Polo explica el trasfondo de la escuela de comunicación popular. "Queremos estar permanentemente trabajando con la gente, porque tiene que haber un recambio generacional en lo que estamos construyendo. Si no, nos vamos a morir de viejos y yo no quiero que eso pase, quiero que vengan nuevas generaciones y que se hagan cargo de este proyecto".

Para Cristian Cabalín, estas acciones fortalecen a la comunidad. “Las cosas entran sin filtro a las poblaciones, porque generalmente no tienen un contexto potente interno, son más susceptibles a influencias. En La Victoria, en cambio, son muchos más reticentes, protegen lo propio, porque es parte de su tradición ¿Qué permite el canal comunitario? Mantener esa historia”.

---

[4] Noticia titulada “Los verdaderos actores sociales”, publicada el 3 de julio del 2010 en el Diario La Nación.



2.2 CANAL 3 PICHILEMU: LA PROFESIONALIZACIÓN SÍ INFLUYE

Pichilemu es sinónimo de olas, *surf* y playa. En verano, este popular balneario de la sexta región es activo y con gran afluente de público. El resto del año, se parece más a la caricatura del lejano oeste norteamericano. “Es bonito para veranear, pero diferente para vivir. Los balnearios se caracterizan por el paso de multiplicidad de gente: de todo el país, del norte, del sur. Hasta gringos. Eso dificulta el desarrollo de una identidad. Por eso nos ha costado levantar el canal, porque estamos instaurando algo que no se conoce”, explica Paula Gálvez, quien junto a Yovanny Moraga fundaron el canal comunitario de Pichilemu.

Esta pareja se conoció en Santiago, donde Yovanny, oriundo de Pichilemu, estudiaba Producción y Dirección Audiovisual en el INACAP. Paula estudiaba Diseño de Vestuario. Se enamoraron y volvieron a la sexta región con un solo propósito: concretar el osado sueño de Yovanny de fundar un canal de televisión para Pichilemu. “Partimos por cable, con fin de lucro, pero en el camino nos dimos cuenta de que el canal no era rentable. Nos

íbamos a pérdida, estábamos parejo o al borde de cerrar porque no teníamos plata", recuerda Paula.

En esa época, el canal transmitía misas los días domingo, como un favor que Yovanny le ofreció al padre de una parroquia cercana. En un momento se vieron acorralados por las dificultades económicas y decidieron que el canal debía cerrar. Por eso, Yovanny se acercó a la iglesia para informar que la transmisión de las misas no podría seguir, porque el canal se acabaría para siempre. Entonces, un milagro los salvó.

"El cura consiguió la señal del cable gratis y nos ofreció instalarnos en la parroquia, en una mediagua. El padre compró equipos e instaló una antena. Le entusiasmaba el cuento", narra Paula entre risas y continúa, "pagaban luz, agua, etc. Nos salvaron. Después, llegó un padre nuevo y nos dio el sobrecito azul. Hablamos con el primer cura y nos dijo 'llévense todo, porque yo no hice inventario de los equipos'".

EL GIRO COMUNITARIO

Hacia 2004, Yovanny comenzó a averiguar sobre los canales comunitarios. Se contactó con la Señal 3 de La Victoria, quienes, algo escépticos, viajaron a Pichilemu para explicarles en qué consistía montar una televisora de este tipo. "Nos gustó la idea y empezamos a averiguar cómo instaurarlo. Asesorados por un contador, descubrimos que el canal podía llegar a pasarse a nombre de una organización que fundamos en el año 2000: la Agrupación de Audiovisualistas de Pichilemu. Ésta nació para hacer documentales, videos y películas desde una perspectiva social".

A la vez, como los habían echado de la parroquia, tuvieron que empezar a moverse para conseguir un nuevo lugar donde instalar el canal. Entonces una casa los encontró a ellos. Un amigo de Yovanny, hijo de un escritor que estuvo muy ligado al tema cultural de Pichilemu, los vio aproblemados y los llevó al segundo piso de una gran casona antigua. Hasta el día de hoy sólo les cobra 50 mil pesos mensuales.

A tres años del hallazgo, la casa ya se ha transformado en oficina y canal. Tiene una gran sala que es usada como *set,* otra desde la que se edita y se revisa cómo se ve la imagen que sale al aire, una habitación de bodega, una oficina con acceso a internet, baño, cocina y un amplio pasillo que bien podría ser un segundo estudio de grabación. “Entonces la ayuda de la casa, más la del cura, más la Señal 3, fueron sumando para que esto no se cerrara”.

Para seguir instalándose, pusieron en orden cuestiones legales. El canal se inscribió en el Servicio de Impuestos Internos (SII) a cargo de una fundación sin fines de lucro, con lo que tienen iniciación de actividades y facturas, pero sin repartición de utilidades, es decir, que no generan ganancias. “Con eso en orden, decidimos transmitir. Pusimos nuestro palito con la antena y empezamos. Toda la gente nos vio por la señal abierta. Quedó la escoba”.

Con la transmisión abierta, la comunidad reconoció y se identificó con el canal, lo que ha creado una valoración del medio. Por eso, los vecinos apelan a su continuidad. “Nosotros nos informamos harto por medio del canal. Es muy importante para los pichileminos que exista este canal, ya sea para darnos buenas o malas noticias, pero es muy importante. Yo no estoy de acuerdo con que lo cierren”, comenta una vecina de Pichilemu.

Además del canal comunitario, este matrimonio desarrolla en paralelo sus talentos audiovisuales. “Tenemos una productora, pero con nuestra propia iniciación de actividades. Eso es para tener un sueldo. Hacemos videos institucionales, matrimonios, etc. Y las dos cosas funcionan aquí mismo porque el Servicio de Impuestos Internos nos lo permitió”, dice Paula, sentada frente al computador, mostrando orgullosa el *trailer* de su película Antes de la multitud, que cuenta la historia del primer surfista en Pichilemu.

LA TERCERA ES LA VENCIDA

“Nuestros problemas comenzaron cuando iniciamos la transmisión por señal abierta. El dueño de una radio local insiste en cerrarnos”, denuncia con preocupación Paula. Canal 3 de Pichilemu es el canal ilegal más legalmente constituido, a pesar de eso los han intentado

cerrar tres veces. Como aún funcionan en la alegalidad, han recibido demandas de distinta índole. Tocaron sus puertas agentes del SII, luego Carabineros y por último la PDI.

La demanda la interpuso el dueño de una radio local, quien puso en duda ante el SII la transparencia del canal al momento de cobrar por publicidad. “A quienes pagan por publicidad los llamamos patrocinadores. Les damos factura, tal como se hace en cualquier lado. Una cosa es que no podamos transmitir, pero otra muy distinta es evadir impuestos. Eso no lo hacemos”.

La segunda denuncia fue por un tema político. Canal 3 Pichilemu, durante las elecciones de concejales, decidió cobrar a los candidatos por aparecer en el canal. “Carabineros vino al canal y nos explicó que nuestra supuesta infracción fue por la Ley 18.700, que obliga a pasar gratis la propaganda política. Eso es cierto, pero sólo para las elecciones presidenciales. Buscaban cualquier excusa para cerrar el canal”, lamenta su fundadora.

La tercera denuncia se hizo a la Subsecretaría de Telecomunicaciones. “Nos asustamos, porque llegó la PDI con fotos que controlaban nuestro ingreso y salida de la casa. Lo primero que hicimos fue avisarle a Polo de La Victoria. Él nos ayudó bastante”. Para la diseñadora, la demanda no tenía sentido, ya que no hay marco jurídico que prohíba ni que permita la existencia de los canales comunitarios, alegalidad que aqueja a todos los canales comunitarios del país.

Canal 3 Canal 3 Pichilemu logró zafarse de la Policía de Investigaciones, transformándose en un referente en la lucha por el reconocimiento jurídico. “El tema no sólo pasa porque nos reconozcan legalmente, sino por la legitimidad ciudadana. En la medida en que uno se hace afable y carismático, la gente te retribuye. De esa forma, los vecinos nos reconocen y nos apoyan ante cualquier nuevo intento de cierre”.

POR LA LEGALIDAD Y EL RECONOCIMIENTO

Producto de los numerosos problemas que tuvo Cana 3 Pichilemu, Paula y Yovanny decidieron organizarse para que esta situación no se repitiera. “Nos organizamos y

propagamos el lema ‘no al cierre de los canales comunitarios”, campaña a la que adhirieron más de 3 mil pichileminos, entregando su firma y su apoyo.

“Yo creo que cerrar el canal sería algo súper malo, porque vemos las noticias, nos podemos informar de las cosas buenas y malas. Creo que es algo que no debiera suceder. El tipo que está tratando de cerrar debe estar enfermo de la cabeza. No sé de qué otra forma interpretar su actitud”, comenta uno de los televidentes de Canal 3 Pichilemu.

Al tiempo, la campaña tomó fuerza y decidieron organizar en el 2007 el primer encuentro nacional de canales populares, el que se financió con un fondo concursable de la División de Organizaciones Sociales (DOS). “Fueron tres días en que abrimos nuestras puertas al resto de los actores sociales. Fue ahí cuando nació la Red de Televisoras Populares y Comunitarias de Chile (RTP)”.

A medida que se iban organizando, el movimiento llegó a oídos del Subsecretario de Comunicaciones, Jorge Atton. Paula señala cómo el Gobierno concibe a los medios populares. “En una reunión que tuvimos en la Subtel, el Subsecretario nos dijo que no nos preocupáramos, porque no iban a cerrar a nadie hasta que implementen la Televisión Digital. Cuando llegue ese momento, se supone, tendremos que aparecer reconocidos en algún apartado de la ley”.

Pese a esa tranquilidad, para Paula, el problema es que aún continúan en las sombras. “No se ha regulado nada en relación a nuestras transmisiones. Quieren cortar el queque, pero lo hacen pensando sólo en los canales grandes. Los que tienen la plata. Piensan en más decodificadores, más plasmas, más ventas, etc., pero en ningún momento piensan en nosotros”.

Para que las autoridades tomen en serio a estos canales, Cana 3 Pichilemu está consciente de que debe avanzar en un terreno donde los grandes medios son expertos: la profesionalización. Por su formación académica, Yovanny y Paula marcan pauta. “Todos los otros canales son autodidactas. Poco a poco comencé a involucrarme en lo que hacía

Yovanny. Primero con el vestuario de las películas, después fui productora y terminé manejando las platas. A pesar de mis estudios, tengo claro que soy de oficio y no de profesión", explica Paula al valorar tanto la experiencia, como la formación superior.

De los seis miembros permanentes del canal, la mayoría son vecinos sin estudios sobre televisión. Gracias a Canal 3 Pichilemu, están ingresando al mundo audiovisual. "Sólo tenemos un chico que está estudiando comunicación audiovisual en el DUOC, donde ya lleva dos años. Lamentablemente, sabemos que necesitamos gente con experiencia, por eso cada vez incitamos más a los vecinos a participar".

Por eso, Gálvez valora la profesionalización en los canales comunitarios. "Creo que el hecho de que Yovanny haya estudiado, permite entender la estructura administrativa en que se maneja la televisión. Por eso intentamos funcionar como cualquier canal. Con facturas, contratos y papeles. Esto fortalece el compromiso del medio popular".

PEQUEÑA PERO HONRADA

Para esta pareja, la productora independiente es lo que sustenta a su familia. Por ahora, saben que el canal no es un medio sostenible, pero con el tiempo pretenden que Canal 3 Pichilemu consiga generar ingresos para mantenerse y para pagar a quienes hoy son voluntarios. "Por lo menos un ingreso que nos permita lo básico. Ganar el sueldo mínimo, por ejemplo, porque si no tengo qué comer, no voy a poder seguir en esto", confiesa Paula.

Esta situación, que se ha prolongado por años, los desgasta. La intención de los fundadores del canal no es lucrar, sino tener dinero para mantener un grupo estable y transformarse en una fuente de trabajo para el saturado mercado audiovisual. "Puede sonar contradictorio, pero la televisión alternativa también necesita dinero. Junto a Señal 3 La Victoria, buscamos estabilidad. Queremos ser como las fundaciones sin fines de lucro, con un sueldo, pero con fines sociales".

Además de la sostenibilidad del canal, el fantasma de las radios comunitarias -que tras la legalización no tuvieron con qué mantenerse-, es lo que más preocupa a Paula. “Si para la radio es complicado, para nosotros lo es más aún. A vista del resto nosotros somos una simple junta de vecinos, una organización comunitaria cualquiera, sin mucho futuro y con poco atractivo”.

“NO QUEREMOS CAMIROAGAS EN LA PANTALLA”

Aunque para los turistas el canal pasa casi desapercibido, para quienes viven en el lugar, la señal comunitaria resulta atractiva. Los televidentes tienen sólo cuatro canales que se ven en señal abierta: TVN, Chilevisión, La Red y Canal 3 Pichilemu. Con esta escasa oferta televisiva, la antena popular aprovecha su cobertura para generar lazos con los vecinos, transmitiendo todos los días, seis horas diarias desde el 2007. Y sin parar. Al menos un programa diario es de contenido local.

“Buscamos que la gente se apropie de los contenidos del medio, que se vaya empoderando poco a poco. Acá no queremos Camiroagas en la pantalla. Queremos a la vecina de alguna organización, al artesano que vive de la pesca, a personas que tengan la motivación. La idea es que ellos busquen el canal comunitario, porque las puertas siempre estarán abiertas”, explica Paula.

Actualmente, Canal 3 Pichilemu recibe el apoyo de los vecinos. Bomberos, profesionales del gourmet, feriantes, etc., que participan en algunos programas del medio. Sin embargo, gran parte de la parrilla programática la construyen los fundadores. Paula detalla el alto compromiso que hay que tener con un medio comunitario. “Esta pega genera una alta demanda. Eso nos ha permitido que la gente nos premie con su apoyo, por eso estamos tranquilos. Podemos decir que la comunidad sí nos valora”.

En general, la línea de Canal 3 Pichilemu es abierta y transversal. Reciben a todo el mundo, siempre y cuando, como dice su contrato, hagan televisión con respeto, sin ofender a nadie. Así como hay libertad de expresión, también hay contenidos vetados. “No le hacemos la pega a las instituciones. Siempre nos llaman para que les cubramos noticias. Antes íbamos,

pero después nos dimos cuenta de que usan y abusan del canal. El medio está pensado para la gente, no para ellos”, aclara Paula.

Al igual que muchas antenas populares, la falta de contenidos aqueja a Canal 3 Pichilemu. “La parrilla es un *potpourri*. De a poco queremos regularla, pero no es fácil mantener sólo contenidos locales, es mucha pega”. Por eso, y para resguardarse en temas de derechos de autor, pasan películas con licencia Creative Commons[5] y no hacen cortes comerciales cuando lanzan películas. También llenan la pantalla con los *films* de su productora. Todo con un enfoque local y social.


El canal tiene una sala bien equipada, desde la que dirigen y editan la programación.

Sobre la línea editorial, se autodefinen de izquierda, pero insisten en estar abiertos a todo el mundo y tener técnicas para abrir consciencias. “Tiramos la película hollywoodense, que uno sabe que a la gente le gusta o tiramos el reguetón, pero después pasamos documentales como La Batalla de Chile, sobre Pascua Lama o Hidroaysén. Sabemos que no se puede cambiar la mentalidad de la gente de inmediato, lo intentamos de a poquito y a ellos les gusta, porque ven el lado social de los contenidos”.

SI SOMOS COMUNITARIOS

Canal 3 Pichilemu tiene bajo perfil, pero tiene grandes expectativas. En conjunto con la Señal 3 de La Victoria, aportan con su talento para avanzar hacia el fortalecimiento de estos medios. “Polo decía ‘no quiero nada con los proyectos’. De a poco lo convencimos. Así

[5] Creative Common (CC) es una organización no gubernamental sin ánimo de lucro que tiene como finalidad ayudar a los autores de diversa índole a compartir sus creaciones y escoger libremente qué derechos de propiedad intelectual quiere ejercer sobre ellas.

postulamos para financiar el Primer Encuentro de Canales Populares, si no lo hubiésemos hecho, no seríamos la Red de Televisoras que somos ahora. Ellos tienen todo el *power* social, pero les cuesta plasmar sus inquietudes en el papel. Tratamos de interpretar hacia dónde quieren dirigirse y luego acomodamos eso para que el proyecto se venda. Ésa es nuestra capacidad”.

Ahora, sus planes son legalizar la Red de Televisoras Populares. La idea es afirmarse legalmente como una asociación gremial. Para ello, replicarán en otros canales su modelo de Agrupación de Audiovisualistas de Pichilemu, pero cambiando la localidad. Señal 3 ya obtuvo su permiso para ser la “Agrupación de Audiovisualistas de La Victoria”. “Legalizarte te da poder. Podremos pararnos frente al Parlamento y decir somos la Red de Televisoras Populares y estamos legalmente constituidos”, asegura Paula.

Todo lo anterior, es una preparación para el escenario digital que se viene. Quieren llegar lo más lejos posible en términos de institucionalidad. Si después de eso no obtienen la concesión necesaria para trasmitir, buscarán otros caminos. Por ejemplo, internet. Aunque tienen la esperanza de que su opinión será considerada en ese camino. “Pensamos que como esto es nuevo, en algún momento los parlamentarios tendrán que venir a consultarnos, considerando nuestros diez años de experiencia de TV comunitaria. O sea, ése es nuestro sueño”.

En este momento todo es espera e incertidumbre. Realmente, no saben bien hacia dónde van y si sirve de algo su recorrido. “Estamos en *stand by,* en realidad no sabemos qué es lo que viene. Va a llegar un momento en que tendremos que decidir si sumarnos a la Televisión Digital o salirnos porque económicamente no nos da. No queremos pegarnos el salto, pero tampoco queremos bajar los brazos. Yo creo que lo más importante es no dejar de transmitir”.



2.3 UMBRALES TV: COMUNICACIÓN POPULAR INTEGRAL

Umbrales TV es una casa igual a cualquier otra de Villa Francia: una construcción bajita hecha de ladrillos tipo *Princesa*, un pequeño patio delantero árido y sin pasto y una reja que separa la casa de la calle. Si no fuera por un pendón que advierte lo que pasa adentro con un "Umbrales TV, Televisión desde el Pueblo para el Pueblo", nadie pensaría que allí, en lo que sería el *living*, hay un *set* de televisión.

La historia de cómo esta casa de transformó en un canal, se inició más o menos en el 2006, cuando cuatro conocidos comenzaron a cuestionarse la falta de "un proyecto de izquierda claramente establecido" y la mala calidad de la televisión abierta en el país. "Quisimos generar un espacio de discusión, donde la gente de las poblaciones se viese reflejada y pudiese tener la oportunidad de expresar sus sentimientos, sus quehaceres, sus actividades, sus sueños", explica Luis Rivera, uno de los gestores del canal, desde su oficina en la USACh, donde hace clases y es jefe de la carrera de Tecnología en Telecomunicaciones.

Luis no vive en Villa Francia, “soy afuerino”, dice riendo, mientras acomoda su peinado tipo cola de caballo y explica la urgencia de diversidad en los medios. “Hoy, los canales de televisión dominantes tienen un solo discurso, las noticias son todas iguales, la visión es la misma y hay una tendencia a distorsionar la información o a esconderla. Ahí nace la inquietud de los canales comunitarios”.

DERECHO PIRATA

A pesar del ímpetu por levantar televisoras comunitarias, éstas encuentran una gran piedra de tope: el marco jurídico chileno. Ni la Constitución, ni la Ley General de Telecomunicaciones, documentos que establecen cómo se gestiona la televisión en Chile, mencionan la figura de “televisora comunitaria”. Sólo se reconoce como operadores de estaciones de televisión “al Estado, aquellas universidades y demás personas o entidades que la ley determine”. En este último grupo no caben las televisoras populares.

Sin figura legal que los ampare, ni que los prohíba, el quehacer de estos canales está en una especie de limbo: no pueden postular a fondos concursables, ni sacar personalidad jurídica, ni institucionalizarse. Ante eso, Luis explica que Umbrales TV encontró un resquicio para ejercer. “Lo hacemos a través de una figura legal, que no es el canal, porque el canal legalmente no existe. No sé si llamarlo ilegal, quizá alegal porque no hay ninguna ley que lo prohíba ni que lo acepte”.

Así, el 29 de junio del 2006, en la Municipalidad de Estación Central, se conformó una organización funcional llamada “Centro de Desarrollo y Adelanto Local Umbrales”, que posee y busca financiamiento para distintos proyectos, entre ellos Umbrales TV. “Por lo tanto, y esto se le ha informado a la gente que participa en el canal, el Centro de Desarrollo decide el destino de los fondos. Y aunque hoy estos fondos han sido completamente usados en el canal, en el futuro puede ser diferente”.

Este Centro de Desarrollo tiene una directiva compuesta por un presidente, un vicepresidente, un secretario, un tesorero, y un director. Luis Rivera cumple el rol de

presidente y es el responsable legal de la organización frente a las instituciones que financian. De esta manera, la forma de generar recursos y participar abiertamente en concursos públicos queda resuelta. Aún así, más allá de este resquicio, continúan en la ilegalidad y existen otros factores por los que podrían ser detenidos.

El artículo 36 B de la Ley General de Telecomunicaciones no prohíbe la comunicación comunitaria, sino que pena con cárcel la forma en que estos canales operan: la transmisión de su señal a través del espectro radioeléctrico, sin la concesión que lo autoriza. Sin embargo, los canales comunitarios no pueden concursar por ese espacio, porque no existe en la legislación la figura legal de televisora comunitaria, ni una forma en que puedan apelar a esa concesión. Por lo tanto, la transmisión es ilegal.

A LA PARRILLA

En Umbrales tienen consciencia de que si bien no pueden ser detenidos por mantener el canal, sí podrían serlo por almacenar material "pirateado" o por transmitir programación de otros canales sin autorización. Para sortear este obstáculo, emiten programas con algún tipo de autorización. Por ejemplo, en el caso de la cadena de noticias venezolana TeleSur, se contactaron con la embajada de ese país y obtuvieron un documento que les autoriza a pasar la programación a través de Umbrales TV.



Gran parte del patio de la casa de Umbrales TV es ocupado por un antena satelital de 3,6 mts.

“Sostener un canal con programación propia todos los días, para nosotros es imposible, pero vamos de a poco”, dice Luis, mientras explica para qué sirve la gran antena blanca que hay en el patio trasero de la casa “Umbrales”. “Instalamos una antena parabólica de 3.6 mts, que nos permite bajar desde el satélite TeleSur y eso lo retransmitimos. Tuvimos una conversación con la embajadora de la República Bolivariana de Venezuela para que nos autorizara. Ella no tuvo ningún problema. Con otra antena estamos bajando programas educativos de Cuba y Cubavisión Internacional. En la medida en que no tenemos programación propia, dejamos caer estos canales para que completen nuestra parrilla”.

Para el periodista boliviano Alfredo Gumucio-Dagrón, la diferencia principal entre la TV comercial y la comunitaria deben ser los contenidos. “Una televisión comunitaria que no produce suficientes programas con contenidos locales, no representa ninguna ventaja sobre la televisión comercial”. Por eso es deseable que “en una etapa de mayor desarrollo, la televisión comunitaria puede producir piezas dramáticas, series de ficción o cualquier género televisivo”, siempre recogiendo las identidades de la localidad.

LA COMUNIDAD DEL ANILLO

En Umbrales TV han ideado talleres de comunicación popular en los que enseñan derechos relativos a la comunicación y cómo gestionar canales comunitarios. Allí explican cómo se puede levantar un canal con pocos recursos. Las clases abarcan diversos temas, desde consejos para cuidarse de no ser detenidos por la policía, hasta aspectos técnicos. Por ejemplo, una casa de población no genera el voltaje necesario para mantener todo el *set*. Si está todo encendido y alguien prende un hervidor, se cae la señal. La clave está en el ingenio por sobre los recursos.

Las clases y la idea de ayudar a expandir los medios populares no son al azar. Umbrales TV tiene un complejo proyecto de acción dividido en anillos, que son una forma de jerarquizar cómo se relaciona Umbrales con el entorno. "Es el modelo que nosotros entendemos para ser un medio comunitario, puede que haya más, pero ése es el nuestro", aclara Rivera.

El primer anillo es el vínculo con su comunidad. “Nuestra primera obligación es la conexión con los pobladores de los sectores que abarca la señal. Nuestro equipo es de 200 Watts, la señal llega a unos 5 ó 6 kilómetros a la redonda, abarca Lo Errázuriz, Villa Francia, Robert Kennedy y varias otras poblaciones que están alrededor. El vínculo lo generamos a través de talleres, ya sea para enseñar el tema audiovisual, pero también en ámbitos como la energía solar”.

¿Qué tiene que ver la energía solar con Umbrales TV? En términos técnicos, nada; pero ambos proyectos se enmarcan dentro de los recursos obtenidos por el Centro de Desarrollo Umbrales, generando actividades que van más allá de la capacitación audiovisual. “Armamos un taller de construcción de aparatos para utilizar la energía solar que beneficia directamente a las familias. Así captamos gente y nos acercamos a la comunidad. Ésa es nuestra forma de difusión y captación”.

A través de la programación vigente, también buscan acercarse a los pobladores y a otros grupos de interés. “Para que todas esas voces se expresen en el canal, hoy tenemos un programa mapuche, uno ambiental, un noticiario propio, un programa que muestra cine alternativo, uno de jóvenes y un acuerdo con una central de trabajadores que viene los viernes a hacer un programa”.

Su segundo anillo es la articulación con otros medios comunitarios. Luis recuerda, “estuvimos filosofando sobre cómo construir eso y en 2007 empezamos a convocar encuentros nacionales de comunicación comunitaria, popular, alternativa -hay hartos nombres que se barajan, dependiendo del gusto de cada uno- y convocamos un encuentro al que llegaron alrededor de 60 organizaciones. No sólo canales comunitarios, porque entendemos que el objetivo de la comunicación popular y alternativa se expresa en diferentes formatos: prensa escrita, *web*, radio o televisión”.

Ese encuentro fue el primer paso para crear una orgánica llamada Red de Medios de Los Pueblos, agrupación que reúne a periódicos, editoriales, televisoras, radios, sitios *web*, entre otros formatos, bajo el lema “comunicación del tercer sector para romper el cerco

informativo". En su sitio *web* mediosdelospueblos.cl han definido que luchan por "el derecho a la información" y la "democratización de las comunicaciones".

CÓMO FINANCIARSE

El tercer anillo es la interacción con la sociedad civil y con las autoridades. "Ahí está la Mesa Ciudadana de TDT[6], donde nos ha tocado ir al Senado, estar frente a senadores que te pescan nada. Tú estás con el tremendo discurso y Jovino Novoa se para a cada rato, sale de la reunión, la secretaria lo llama... en fin, una indolencia del porte de un buque. Pero hay que estar en la pelea, por eso estamos en los lobbies con diputados, senadores y ministros. Ahora el 11 (de noviembre de 2010) estaremos en una mesa con Jorge Atton, Subsecretario de Telecomunicaciones", cuenta Luis.

Esta política de interacción con las autoridades ha generado anticuerpos hacia Umbrales TV por parte de otros canales comunitarios, como la Señal 3 de La Victoria, que postulan la autogestión para financiarse. Pero Luis Rivera se defiende. "Yo no les creo mucho a ellos. Sinceramente. Ellos viajan por toda Europa ¿Y con qué plata? Depende de lo que definas como autogestión, nosotros hemos hecho tocatas con Mauricio Redolés, con el grupo Wechekeche, completadas, cenas con la comunidad y nos ha quedado súper claro que un canal de televisión no se va a financiar con eso. Nunca".

Umbrales no se cierra a recibir financiamiento estatal ni de otro tipo, pero tampoco renuncia a actividades como tocatas o completadas, porque son herramientas de acercamiento a la comunidad. Para ellos, la autogestión es buscar por sí mismos formas de financiamiento. "En la medida en que tengas claro una línea política y sepas que la plata no te va a contaminar, ni te va a transformar en otra persona, bienvenida sea".

Hace poco ganaron un Fondo Nacional de Desarrollo Cultural y las Artes (Fondart), con él están montando una escuela de televisión popular llamada Augusto Carmona Acevedo[7].

---

[6] TDT: Televisión Digital Terrestre

[7] "Militante del MIR asesinado en dictadura. Fue uno de los dirigentes de la Revista Punto Final y participó en Canal 9 cuando estuvo en manos de los trabajadores en el gobierno de Salvador Allende" (Rivera, L. 2010).

“Nosotros reivindicamos la línea política de izquierda y no vamos a dejar de participar en fondos concursables por eso. En el último Fondart ganamos doce millones de pesos, donde ocho corresponden a sueldos. Los que debieran recibir ese sueldo hacen la boleta, pero la plata en realidad va al canal. Entonces aparece la militancia. Nosotros boleteamos, pero nadie gana plata porque cada uno tiene sus trabajos”.

El tema del financiamiento de los medios comunitarios no es menor y ha dado para largas charlas al interior del canal y de la Red de Medios de los Pueblos. Por definición, los canales comunitarios son sin fines de lucro, pero “que no tengan fines de lucro no quiere decir que los medios comunitarios tengan que ser pobres”, explica Chiara Sáez, socióloga y experta en canales comunitarios. “Como escuché decir a una radialista ecuatoriana: 'somos medios sin fines de lucro, pero sin ánimo de pérdida'”. Su mirada es compartida por la gente de Umbrales.

El último y más ambicioso anillo de acción es el que se centra en generar una articulación a nivel internacional de canales comunitarios. Con ese fin Luis Rivera ha viajado a Argentina, Ecuador y Uruguay y ha contactado gente de Venezuela, Brasil, Paraguay, Perú y Bolivia. La idea es reunirse para conocerse, capacitarse y afianzarse.

Otra ambición de Umbrales es la creación del Instituto de la Comunicación Popular. Luis dice que si bien se diferencian de los medios “poderosos” por sus contenidos, igualmente compiten con su calidad técnica. Para eso quieren tener cámaras profesionales, estar capacitados para hacer videos y documentales. “Los comunicadores populares tienen pocas competencias en ese sentido. Para poder superar esas debilidades nosotros hemos pensado en el Instituto, queremos buscarle financiamiento e instaurarlo, para capacitar a todos quienes participen en medios populares”.

Esta generosidad entre los medios populares es común. De hecho, Umbrales TV debe su origen, en gran medida, a la ayuda de otro canal comunitario: la Señal 3 de La Victoria. En la primera transmisión experimental de Umbrales TV, el 1 de mayo de 2007, y en sus primeros cuatro meses de vida, fue el canal de La Victoria quien les facilitó la antena y

otros equipos indispensables para gestarse como televisora.

Con el tiempo, ambos canales notaron que poseían diferencias políticas irreconciliables. Tanto así, que generaron redes de canales comunitarios en paralelo: la Red de Medios de Los Pueblos y la Red de Televisoras Populares y Comunitarias. Dos orgánicas que, hasta la actualidad, no logran unirse ni ponerse de acuerdo.

2.4 LOS DOS LINEAMIENTOS

“Habría que preguntarles a ellos por qué se dividieron de nosotros”, responde Polo Lillo, uno de los fundadores de la Señal 3 La Victoria, ante la pregunta de por qué los canales comunitarios chilenos están divididos en dos ramas. “La Red de Televisoras Populares (RTP) se creó primero y la mayoría de los canales que integran la Red de Medios de los Pueblos (RMP) salieron de ahí”.



El primer Encuentro Internacional de Canales Comunitarios se realizó gracias a un fondo concursable obtenido por Canl 3 Pichilemu y Señal 3 La Victoria.

Hacia 2004, la Señal 3 de La Victoria se propone cooperar en la creación de nuevos proyectos de televisión comunitaria a través del país. Gracias a su transmisor itinerante, han ayudado a fundar canales como Parinacota TV e incluso Umbrales TV. Con esos nuevos actores dentro de la escena de la TV comunitaria, comienza a rondar la idea de aunarlos a todos en una organización.

Polo Lillo explica que siempre sintieron el ímpetu de unirse con otros, para así incrementar estos medios y trabajar en conjunto. “Como somos más viejos, nos interesa apoyar la creación de más canales e interrelacionarnos con ellos. La iniciativa de trabajar con personas afines a ciertas ideas y pensamientos ha estado siempre. Creo que a los otros canales también les pasa lo mismo”.

De esta manera, en mayo del 2005, el canal de La Victoria y la Universidad Arcis organizaron un encuentro de televisión comunitaria, al que asistieron los canales populares que existían en ese entonces. Más tarde, en 2007, se reunieron a nivel nacional en Pichilemu, a partir del fondo concursable obtenido por el canal comunitario de esa localidad. Fue allí donde acordaron bautizarse como Red de Televisoras Populares (RTP).





No sólo televisión, sino también radio, prensa e internet son los formatos reunidos en la Red de Medios de los Pueblos (RMP)

“Llegó gente de La Serena, Coquimbo, Santa Juana, Valdivia y Temuco. De Santiago, llegaron desde Huechuraba, Parinacota, La Victoria, Ñuñoa y Padre Hurtado. Hubo una convocatoria de más de 17 canales comunitarios”, recuerda emocionada Paula Gálvez, del canal de Pichilemu, y explica que a esa reunión también asistió Umbrales TV, canal que actualmente lidera a las televisoras en la Red de Medios de los Pueblos (RMP).

Al interior de la RTP surgieron tensiones que concluyeron con la fuga de algunos canales, como Umbrales TV. “Polo quería acaparar mucho, que todos se sumaran a la RTP. A alguna gente no le gustó, se fue y armó una nueva red. Ahí empezaron las discusiones. Yo le dije al Polo que lo importante no era la cantidad, sino la calidad de la gente con la que nos quedábamos”, asegura Gálvez, fundadora del Canal 3 de Pichilemu y de la RTP.

NACE UNA RED

Cuatro años después de la fundación de la Red de Televisoras Populares, nace la Red de Medios de los Pueblos de Chile, que no sólo agrupa televisión, sino también radio y prensa. En ella se encuentran televisoras comunitarias que no forman parte de la RTP, como el

Canal 3 de Playa Ancha y Umbrales TV. Aunque igualmente hay televisoras que forman parte de ambas redes, como Parinacota TV.

Pareciera que las diferencias entre estas dos organizaciones no son de gestión. Es más, ambas se constituyeron persiguiendo el mismo fin: la articulación de un movimiento que ayude a la cooperación y proliferación de los medios populares. Lo que las separa es que una rama busca hacerlo sólo mediante la televisión, mientras que la otra a partir de una alianza medial más amplia.

Paula, de Canal 3 Pichilemu, piensa que más que desacuerdos estratégicos, todo se debe a distanciamientos ideológicos. “Las diferencias entre Umbrales TV y la gente de La Victoria son por lineamientos políticos. Quizá es porque ambos son demasiado contestatarios e imponen su posición. El Polo siempre tira comentarios con fervor, pero eso está mal. No se puede llegar y apuntar. El Polo es muy de las tripas y a Umbrales les pasa lo mismo”.

Consultado sobre una posible reorganización, donde ambas redes se unieran, Polo dice que ya trabajan juntos “en la Mesa de Ciudadanía y Televisión Digital. Además, hace años hicimos un llamado a conversar, pero ellos no respondieron. La idea no era hablar de la RTP, sino sobre el futuro de la televisión en Chile. Algo transversal que no pasaba por partidismos o por personas particulares, sino que pasaba por todos. Ellos se retiraron de la conversación”.

La misma pregunta fue hecha a Luis Rivera, de la Red de Medios de los Pueblos. Rivera coincide con Lillo. “El único lugar donde confluimos es en la Mesa de Ciudadanía de TV Digital. Aunque estuvimos en la creación de la RTP, las diferencias son políticas. Ellos piensan la comunicación sólo a través de las televisoras, nosotros en cualquier formato. Por eso nació la Red de Medios de Los Pueblos, porque lo central es el derecho a la comunicación”.

En Canal 3 Pichilemu tienen su propia opinión sobre el modelo de la Red de Medios de los Pueblos. “Tienen los diarios, la radio y los canales, entonces tratan de abarcar mucho. No sé

si a la larga les dé buenos resultados, porque cada medio tiene sus propias inquietudes. En cambio en la RTP somos sólo canales, con las mismas inquietudes, dificultades y necesidades. Eso nos lleva a buen puerto”.

En el canal de Pichilemu también piensan que con el tema de la digitalización, los canales tendrán que decidir dónde posicionarse. “Creo que cuando empiece la legalización, van a aflorar las diferencias. En ese momento, va a haber que preguntarle a la gente dónde quiere participar. Una de dos, en la RMP o en la RTP”.

Más allá de los dimes y diretes entre las redes, ciertamente sus coincidencias son mayores. Por eso, Juan Ortega, periodista de la ONG Eco, Educación y Comunicación, reflexiona que “los canales pelean mucho entre ellos sin darse cuenta de que el enemigo es otro”. Y Paula de Canal 3 Pichilemu acota: “como sea, la unión hace la fuerza y al final vamos todos para el mismo lado”.

CAPÍTULO III:

BRECHAS COMUNITARIAS

“Cuando entras a una disputa con el sistema de medios,
es muy fácil decir ellos son los malos y nosotros los buenos”.
Claudio Avendaño

3.1 GLOBALIZACIÓN Y CONVERGENCIA: JUNTA, PERO NO PEGA

La televisión siempre ha estado en constate transformación. La interactividad es su último gran avance, lo que hará desaparecer lo que se entiende por televisión tradicional. Ahora, el público puede seleccionar su parrilla programática o seguir su serie favorita producida en algún lugar recóndito del mundo. Estos cambios son sólo uno de los tantos efectos de la globalización.

Este fenómeno estrecha la relación de distintos países en el mundo. Aunque estén en distintos hemisferios, comparten negocios y visiones políticas. “La globalización deja tambaleando las certezas que daba el pertenecer a una nación” (García-Canclini 1999:1). Según el destacado sociólogo Manuel Castells, las imparables redes globales internacionales tienen como consecuencia una gran cantidad de personas marginadas.

Esta nueva visión de mundo, genera que cada país pierda protagonismo dentro de sus propias fronteras. Enfocando este fenómeno a aspectos mediales, el periodista y académico Eduardo Santa Cruz afirma que la configuración del mercado televisivo segmentado ofrece contenidos producidos por cadenas internacionales para el mercado local.

Desde su oficina en la Universidad Católica, Valerio Fuenzalida analiza la disminución de contenidos locales en la pantalla chica, producto de la globalización. Según el académico, se produce una especie de contraposición entre las millonarias producciones extranjeras, opuestas a los contenidos locales. Las palabras del ex jefe de Estudios Cualitativos de Audiencia en TVN, dan pie para estudiar otro fenómeno: los efectos de la globalización en la pantalla abierta.

“Gracias a la globalización, casi el 40% de la población tiene la posibilidad de ver programación segmentada en el cable. Eso ha producido una fuerte insatisfacción de la audiencia con la programación de la TV abierta chilena. Esto tiene que ver con la percepción de que la televisión abierta tiene muy poca segmentación, es muy parecida la oferta de uno a otro canal”, afirma Fuenzalida.

GENERANDO CAMBIOS

Manuel Calvelo, defensor del audiovisualismo educativo, plantea su propia fórmula para tener una programación que dé cuenta de diversas identidades. “¿Qué haría yo? Primero, modificaría los formatos. Luego, aprovecharía que Chile es un país que tiene una rica geografía y una gran diversidad cultural, que va desde la cultura de la pobreza, hasta la cultura de la opulencia. Esto es lo que hay que aprovechar, pero no se hace”.

En la misma línea, el realizador de programas como al Sur del Mundo y Frutos del País, Francisco Gedda, opina: “hay contenidos visuales que pertenecen a una comunidad particular. Por ejemplo, Chiloé requiere temáticas más localistas, con programación que no tiene las mismas necesidades que el norte grande. En este caso, la globalización es un arma de doble filo. Todo parece muy bueno y bonito, pero nos aleja de lo que somos". Este espíritu es compartido por los canales comunitarios chilenos.

Luis Lillo, de Señal 3 La Victoria, es pesimista a la hora de evaluar la televisión abierta chilena. Especialmente porque cree que será muy difícil que cambien sus contenidos y los actores que participan en ella. “Quienes legislan sobre televisión nunca nos toman en cuenta. Lo único que hacen es citar a reuniones para justificar la plata que ganan, pero no quieren saber nada de la verdadera televisión. Frente a eso, prefiero quedarme en la alegalidad o buscar otras vías para transmitir”.

Valerio Fuenzalida explica que esas nuevas vías para transmitir, paradójicamente, son posibilitadas por la globalización. “Con la creciente integración televisiva a internet, ésta se ha

transformado. Ahora está en celulares, autobuses, etc. La idea de sólo recibir TV a través de la pantalla, está cambiando. Sin embargo, no sabemos qué costo económico tendrá esto. A los grandes canales es lo que más les preocupa".

La globalización presenta pros y contras para los medios comunitarios, ya que aplasta las identidades y discursos que estos medios intentan rescatar, pero, a la vez, abre nuevos horizontes tecnológicos para difundirlos. Este imparable proceso trae consigo la convergencia de plataformas, un escenario jamás pensado. La televisión por cable, el uso de redes sociales y servicios multimedia desde celulares, son sólo algunos ejemplos cotidianos de un verdadero cambio económico, social y cultural.

A nivel internacional, la plataforma de difusión más rescatada por los medios comunitarios es internet. En el caso del viejo continente, en el 2009 el Parlamento Europeo redactó un documento sobre los medios del Tercer Sector de la Comunicación (TSC) y su relación con internet, ya que esta nueva plataforma abre un mundo de posibilidades para democratizar el derecho a la comunicación. "La aparición de Internet ha impulsado lo que algunos han llamado una tercera era de los medios pertenecientes a este sector".

Las grandes promesas de acceso a la información a través de internet, suponen un apoyo para que cada grupo particular, por ejemplo los canales comunitarios, utilice y ponga a disposición sus propios contenidos en esta red. "Sólo así el acceso a Internet pasará a ser utilidad. De lo contrario, la tecnología termina siendo un fin en sí mismo y algo difícil de entender para el ciudadano común" (Orrego y Araya 2002: 11).

Chiara Sáez, especialista en televisión alternativa, mira con escepticismo el tema de la convergencia en la televisión. Según la doctora en comunicación, hay que preguntarse si las nuevas plataformas que surgirán serán representativas de aquellos ausentes en el sistema. En Chile, "depende de una serie de factores estructurales, como la historia de nuestra TV y la historia de las políticas públicas que la sustentan. Ésa es la gran tarea que queda por delante para que el uso de tecnologías sea útil".

3.2 LO QUE NO SE APRENDE EN LAS AULAS

Sumado al escenario de convergencia tecnológica y globalización, se encuentran quienes realizan la labor de comunicar: los periodistas. “Levantas una piedra y sale un periodista”, es una de las frases que sintetiza la masificación de la carrera[8]. El salto de aprender esta profesión en la calle a ser impartida en las aulas universitarias es un fenómeno cuyas consecuencias ya preveía Gabriel García Márquez hace catorce años.

“La creación de las escuelas de periodismo fue una reacción escolástica contra el hecho cumplido de que el oficio carecía de respaldo académico. En su expansión, se llevaron de la calle hasta el nombre humilde que tuvo el oficio desde sus orígenes en el siglo XV. Ahora no se llama periodismo, sino Ciencias de la Comunicación o Comunicación Social. El resultado, en general, no es alentador. Los muchachos que salen ilusionados de las academias, parecen desvinculados de la realidad y de los problemas vitales”[9], señaló en una conferencia el Premio Nobel colombiano.


Juan y Patricio afirman que el periodismo debe responder realmente al valor social de ser comunicador.

Desde la biblioteca de la ONG Eco, Juan Ortega explica que las palabras de García Márquez no distan de la realidad. Periodista de profesión, Juan es uno de los pocos profesionales cuyo trabajo se enfoca exclusivamente en potenciar el sector de la comunicación que está olvidado: los medios comunitarios. Junto a Patricio Rivera, también periodista, hace dos

8 De acuerdo a una lista publicada por el Mineduc en diciembre del 2010, periodismo se encuentra entre una de las profesiones más saturadas del mercado.

9 Discurso ante la 52ª Asamblea de la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP), Los Ángeles, EE.UU., 7 octubre 1996.

años realizan talleres para que estudiantes de periodismo descubran que hay más lugares que los medios tradicionales para ejercer la profesión.

"Nos hemos acercado a universidades que tengan un perfil más público, para adentrarlas en el periodismo de comunicación comunitaria. Igual yo creo que de a poco, sea por militancia política o por práctica profesional, los alumnos van a llegar a ellos. Sobre todo por la saturación del mercado, la comunicación comunitaria o popular aparece como un lugar de desarrollo profesional bastante probable", afirman.

Según el notable periodista polaco Ryszard Kapuściński, "el verdadero periodismo es el del contacto vivo con la gente y las situaciones: ése conocimiento directo constituye la base del reportaje serio y con ambiciones literarias" (Kapuściński 2003:89). Aunque no se refiera específicamente a los canales comunitarios, se puede percibir que lo esencial de un buen comunicador tiene que ver con el pulso cotidiano de la gente, como diría Gumucio-Dagrón.

Visto desde la realidad nacional, los estudios sobre la profesión se han restringido sólo al periodismo clásico. "Al campo de acción de los periodistas que ejercen su labor en algún medio de comunicación tradicional. Sólo durante los últimos diez años surgieron estudios que conceptualizan al profesional según el nuevo contexto laboral que se vive actualmente en la sociedad chilena" (Mellado y Parra 2008: 150).

Sentado en el living de su departamento en Escuela Militar, Manuel Calvelo, académico en universidades públicas y privadas, asegura que la culpa recae totalmente en las casas de estudio. "Hay un error muy serio en todas las escuelas de periodismo. Es que enseñan la teoría de la comunicación desde el modelo emisor-medio-receptor. Ésta es la estructura que permitió que la televisión y la radio se autodenominaran medios de comunicación. En el mejor de los casos son medios de información, pero jamás de comunicación".

SER PERIODISTA DESDE LO LOCAL

Al otro lado de la capital, en un *block* de la comuna de Quilicura, los miembros de Parinacota TV comentan sobre las tensiones entre los medios masivos y los comunitarios. "Una vez tuvimos un periodista trabajando acá, pero duró poco porque tuvo que irse a un

lugar donde le pagaran. Por eso dejó de ser voluntario. Le dijimos que desde ése lado de la comunicación aprovechara decir las cosas como son, pero nunca más supimos de él”.

A pesar de que muchos periodistas se insertan en los medios tradicionales, hay quienes han logrado sobrellevar proyectos propios. Es el caso del periódico alternativo El Ciudadano. “Es un caso digno de imitar. Un joven de la Universidad Austral hizo lo que muchos anhelan. Averiguó, juntó las lucas y con mucha perseverancia dio en el blanco. Ahora el diario es bien mirado y difundido”, expresa Juan Ortega de Eco Comunicaciones, ONG que realiza foros y debates para que este tipo de iniciativas capturen la atención de la sociedad.

Patricio Rivera, colega de Ortega en Eco, reflexiona sobre el aporte de la comunicación alternativa a las universidades. “En los cursos prácticos sobre televisión comunitaria, hemos visto cómo los estudiantes han potenciado sus capacidades y las han puesto en juego con la gente de los medios populares. Esa experiencia es muy positiva, porque la televisión comunitaria tiene un sentido distinto a la tradicional. Eso da luces para entender hacia dónde puede ir una nueva construcción de mensajes”.

Para cambiar el panorama, es necesario identificar los aspectos en los que la academia y el gremio deben poner atención. Esto con el fin de establecer en el periodista un carácter de actor social que siempre debió estar presente, pero que se ha desdibujado (Mellado y Parra 2008:151), “principalmente porque las universidades han olvidado de sus aulas al Tercer Sector de la Comunicación” (Sáez 2008).

Ésa es la tarea pendiente en las casas de estudio chilenas. Y ése también es el anhelo de Juan Ortega. Sentado entre cientos de libros sobre comunicación alternativa y con la frase “Saca la Voz” estampada en su polera, analiza la situación. “Todos los factores están para que sigas el modelo establecido. Tampoco hay una mayor reflexión por parte de los estudiantes de periodismo, respecto de que la comunicación como herramienta sí tiene un rol social y político. Dímelo a mí, que viví en carne propia esos cinco años por el título”.

3.3 CUANDO EL DISCURSO DISTA DE LA PRÁCTICA

La integración en las comunidades, especialmente en las poblaciones, ha cambiado con respecto a décadas pasadas. “El club de fútbol está desapareciendo por las drogas, las juntas de vecinos apenas funcionan y la iglesia católica se aleja por la llegada de una apolítica religión evangélica. Entonces, la integración heroica del luchador, del político, del comprometido es un relato que ya no hace sentido, ya no conecta a nadie”.

Las palabras del antropólogo y periodista Cristian Cabalín desvanecen la visión romántica que los comunicadores populares tienen de sí mismos. En Umbrales TV apuestan a cambiar la sociedad desde su tribuna televisiva, con un enfoque de izquierda. “Con el canal, pretendemos aportar a la reconstrucción del movimiento de izquierda, no como partido político, sino con un compromiso de transformación revolucionaria de la sociedad”, aseguran.

Teóricos como la colombiana Amparo Cadavid afirman que el primer requisito para que un canal comunitario tome un rumbo, es la propuesta de un proyecto político comunitario, el que se convierte en el motor del medio. “El gran potencial de estos medios tiene que ver con el compromiso político que hay detrás y eso define la estrategia de subsistencia”, coincide el periodista Patricio Rivera.

Cristian Cabalín asegura que los proyectos políticos en los medios alternativos, por poseer una determinada ideología, excluyen a parte de la comunidad. “Debido a su línea editorial, no cualquier cosa pasa por un medio comunitario. ¿Necesariamente la población para ser activa tiene que ser política? En este contexto, yo creo que no. Y ése es un pecado de los medios comunitarios, que traducen todo a la acción política”.

En teoría, la misión de los canales comunitarios es canalizar las demandas de los vecinos y ser una vía potente para que sean escuchados. En la práctica, sucede precisamente lo que describe Cabalín: miembros de la comunidad son excluidos. Ya sea porque no simpatizan con su línea editorial, como Señal 3 La Victoria con los evangélicos; o porque no respetan

las condiciones para salir al aire, como Canal 3 Pichilemu que exige firmar un documento de buen trato y respeto, un requisito que no considera color político.

A pesar de que cierran sus puertas a aquellos con los que discrepan, los voluntarios de los canales comunitarios sí consideran que recogen el sentir y las necesidades de sus comunidades, pero como complemento al proyecto político del canal.

Pachi Bustos impartió talleres de comunicación popular, en ellos vio cómo la militancia generaba desinterés en las comunidades. “Por las temáticas abordadas, se genera distancia, más que por un rechazo a la política misma. ¿Cómo debieran ser los canales comunitarios? Debieran estar ligados a organizaciones barriales, de jóvenes, de pobladores que funcionen autónomamente y que tengan sus pautas y una programación mínima de calidad que garantice mayor participación”.

EL DINERO VENDRÁ SEGÚN LOS IDEALES

Además del aspecto político, otra preocupación de los canales comunitarios es el tema económico. Estas dos variables están íntimamente relacionadas, ya que los lineamientos políticos inciden en la forma de generar recursos. “No hay un modelo único para financiarse, tiene que ver con los desafíos de cada medio. En algunos funciona, en otros quizá no tanto”, piensa el periodista Patricio Rivera.

Algunas estrategias de financiamiento son a través de la cooperación de quienes salen al aire, como ocurre en Señal 3 La Victoria y Canal 3 Pichilemu. “A las personas que hacen sus programas les pedimos que consigan un auspiciador y con eso costeamos la luz, las cintas, las reparaciones, etc.”, detalla Paula Gálvez, mientras hojea el libro de ingresos del canal de Pichilemu, donde los números más grandes corresponden a publicidad local.

Otro caso es Parinacota TV, que se autodenominan de ideología libertaria, es decir, postulan a la supresión de la autoridad -como la del Estado- en pos de la libertad absoluta del hombre, además de ser anticapitalistas. Con dos años de vida, se han financiado

principalmente con tocatas y tarreo, que consiste en instalarse en lugares públicos para pedir donaciones con un tarro. Sin embargo, las estrategias se van mezclando, todo depende de la urgencia para conseguir dinero.

La mayoría de estos medios se financia a partir de actividades con su comunidad. Sin embargo, tienen claro que, si quieren crecer, lo anterior no basta. Por eso, el aporte del Estado comienza a ser una alternativa. Patricio Rivera distingue dos tipos de medios: los que rechazan cualquier acercamiento a recursos públicos y los que postulan a estos fondos.

Canal 3 Pichilemu y Umbrales TV dicen abiertamente que están dispuestos a recibir recursos estatales, a través de fondos concursables, mientras que en Señal 3 La Victoria son más herméticos en admitirlo. En Parinacota TV son tajantes en cerrarles la puerta a las donaciones estatales y privadas. Rivera explica estas diferencias. “Los medios comunitarios son proyectos políticos y como tal tienen sus propios nortes. Si hay un canal libertario que no cree en el Estado, es válido no querer financiarse por él”.

Asimismo, el tema tiene que ver con cómo se entiende la autogestión. Para la gente de Parinacota TV significa generar dinero y crecer como organización social, sin ayuda de agentes externos. Mientras que en Umbrales TV, la autogestión tiene que ver con la capacidad de generar recursos, sin importar su proveniencia. “Si tú defines los eventos con los vecinos como autogestión, está bien, pero para nosotros también lo es el buscar fondos concursables a nivel nacional e internacional”, aseguran.

Igualmente, los canales de autogestión más independiente no descartan a futuro sustentarse con dinero de privados o el Estado. “Yo recibiría plata de ellos, pero no pasaríamos ni una propaganda a ningún partido político, aunque esté en el Gobierno o sea del partido que sea”, afirma Polo Lillo de La Victoria.

Si cada canal comunitario tiene su propio perfil, “agruparlos de acuerdo a su origen o a sus fuentes de financiamiento puede ser un ejercicio que no refleja con exactitud la naturaleza de los desafíos de su sostenibilidad y permanencia” (Gumucio-Dagrón 2001:3). Cada

experiencia es un proyecto político. “Y los proyectos políticos también tienen estrategia”, insiste Patricio Rivera.

Hay varios ángulos posibles para analizar la sostenibilidad o forma en que los medios se pueden sostener por sí mismos. Sería un gran error reducir este análisis únicamente a factores económicos. “Que un canal comunitario sea sostenible en términos económicos o que incluso haya logrado su autofinanciamiento, no garantiza que cumpla las funciones de servicio a su audiencia y de fortalecimiento de las voces comunitarias” (Gumucio-Dagrón 2001:4).

LA COPIA TRISTE

La identificación de las comunidades con los canales alternativos, no pasa sólo por la creación de contenidos donde los vecinos sean protagonistas, sino también por su calidad estética. “La gente está acostumbrada a ver televisión de buena calidad técnica. Todos conocemos de lenguaje audiovisual porque crecimos con la tele y vivimos con la tele. Hay estándares mínimos de los que no se puede bajar”, asegura Pachi Bustos, documentalista y académica en el ICEI de la Universidad de Chile.

Docente en otra universidad, Pablo Corro afirma que la calidad técnica tiene que ver con el nivel de cultura. “Entendiendo cultura como lo hace Umberto Eco: es más culto el que maneja más lenguajes, quien tiene más información audiovisual. Se crea un producto de calidad en la medida de los recursos, la consideración al destinatario o la exigencia de éste. Finalmente, el nivel de exigencia del destinatario tiene que ver con su nivel de cultura”.

Asimismo, este periodista y esteta afirma que los programas de televisión son matrices o modelos probados. No sólo a nivel argumental, también supone la reiteración de la retórica audiovisual. Lo anterior se produce por la necesidad de los canales por invertir poco y ganar mucho. Este prototipo de modelo audiovisual es replicado por la mayoría de los canales comunitarios.

Aunque tienen la intención de ser alternativos, los medios populares igualmente caen en la misma dinámica. Los mismos planos, la presencia de conductores, textos en la pantalla mostrando información de último momento, música de fondo y uso de colores institucionales del programa, entre otros, que evidencian cómo se reitera el patrón.

Los canales comunitarios debieran dar cuenta y sacar provecho de la riqueza estética de su entorno. Por ejemplo, podrían pasar por sus pantallas la diversidad del mundo popular: los vecinos en la calle y los niños en la cancha. Asimismo, los ritos de cada población, tal como lo hace Señal 3 La Victoria cada 4 de septiembre, cuando filma la conmemoración del asesinato del cura André Jarlan. En lugar de eso, mayoritariamente salen al aire desde las cuatro paredes de alguna casa, lo que intenta ser un *set* de televisión.

Para Corro, esto sucede porque es muy difícil luchar contra una formación audiovisual que tiende a ajustarse a los cánones sociales. “Asimismo, el factor estético tiene que ver en cierta medida con una cuestión política, que es el ajuste a acuerdos culturales o a imposiciones de formas hegemónicas culturales. Los lenguajes audiovisuales se rigen por estas equivalencias”.

De esta manera, la hegemonía en la sociedad se ve reflejada tanto en lo político, como en lo estético. De ahí que el patrón de los medios masivos sea repetido en los medios alternativos. Sin embargo, Pablo Corro destaca que la función de los canales comunitarios es otra. “Tiene sentido reflexionar sobre el sujeto comunitario y las exigencias estéticas de su producto. Cuando se esté menos demandado por la urgencia de la acción, probablemente podrán elaborar más. Por ahora, la forma es el contenido”.

ALIANZAS CIUDADANAS

Para colaborar y compensar las dificultades que aquejan a los canales comunitarios, han surgido organizaciones que buscan crear alianzas solidarias con estos medios. Es el caso del Observatorio de Medios FUCATEL y la ONG Eco. En ésta última trabajan los periodistas Patricio Rivera y Juan Ortega. “Eco tiene un área de trabajo que es de comunicación social

de base, compuesta por dos profesionales... nosotros”.

“Apoyamos a medios comunitarios en iniciativas de desarrollo social en el ámbito de las comunicaciones. La idea es potenciar los fenómenos vinculados a lo popular, así como capacitar en el uso de medios e instrumentos de comunicación en el ámbito local. Conocemos las posturas de los canales comunitarios, sus discursos. Los hemos monitoreado bastante, pero no los hemos acompañado porque ellos son muy reticentes al trabajo con ONGs, especialmente el Polo y la RTP”, agregan.

Aunque parecen reacios, en su mayoría los canales comunitarios sí están abiertos a recibir asesorías y generar alianzas. Por ejemplo, Parinacota TV, canal de línea anarquista, acogió en su pequeño departamento de Quilicura a estudiantes de periodismo de la Universidad de Santiago de Chile (USACh). La idea era aprender mutuamente: los alumnos de la experiencia popular y Parinacota de técnicas audiovisuales.

En uno de los encuentros, los integrantes de Parinacota TV exhibieron parte de sus realizaciones: un extracto de Parando la Olla, programa sobre cocina en la población; un noticiario y videos que muestran su línea y sus objetivos. Todo esto abierto a críticas y acotaciones de los futuros periodistas. Sin embargo, el canal se reservó un espacio de intimidad para iniciar su asamblea semanal, no permitiendo la presencia de los universitarios, lo que da cuenta de que estos medios son selectivos y aceptan colaboraciones de acuerdo a su propio criterio.





Estudiantes de periodismo y miembros de Parinacota TV revisan la programación del canal.

La visita de los estudiantes a Quilicura se dio en el contexto de la cátedra Gestión de Canales Locales y Comunitarios, impartida por el periodista Vicente Parrini, quien además se desempeña en el Observatorio de Medios FUCATEL, otra organización que vela por considerar y dar espacios a los medios comunitarios. Desde el 2003, potencia iniciativas de la sociedad civil, entregándoles asesoría de abogados y enfatizando la integración legal de estos medios.

Desde el segundo piso de una antigua casa en Providencia, Vicente Parrini, Editor Periodístico del Observatorio, describe la relación de FUCATEL con los medios populares. “Hemos participado en seminarios donde han estado presentes la Red de Televisiones Populares y la Red de Medios de los Pueblos, también hemos organizado debates donde se ha tocado el tema del desarrollo y fomento de las televisiones comunitarias”.

La crítica generalizada desde los medios comunitarios a las organizaciones externas es que su postura es invasiva. Los canales populares consideran que estas entidades llegan con ideas preconcebidas sobre lo que hay que resolver. Incluso critican el análisis que los académicos hacen sobre sus canales autogestionados.

Sentado en la sala donde se imparte la Escuela de Comunicación Popular en La Victoria, Polo Lillo opina. “Toda esa manga de académicos que a lo mejor nunca han hecho televisión, hablan sólo desde el discurso. Nunca han vivido en una población y no saben lo que es hacer comunicación desde acá. Se paran frente a una tele y ven ciertos contenidos que les interesan, pero no saben de la televisión de verdad”.

Por eso, Eco Comunicaciones ha tenido cuidado con la forma en que se acercan a los medios alternativos. Juan Ortega explica: “nos pasó mucho que nos dijeron 'mira, traen a grandes teóricos de universidades y nos vienen a hablar de Habermas, de la opinión pública y lo que yo quiero es ver cómo sacar una cuña al aire'. Nos dimos cuenta que la ayuda no debe hacerse sólo desde un ámbito académico. Nosotros pensamos que los movimientos tienen que autoformarse para que resuelvan sus propias necesidades”.

Todo este proceso de autoformación de los canales comunitarios ha nacido y se ha desarrollado en un contexto analógico. Con la llegada de la digitalización a la televisión, es probable que estos modelos tengan que cambiar. “Lo que hacen hoy los medios comunitarios por 10 lucas, después lo van a tener que hacer por muchos billetes de 10 lucas”, asegura Eduardo Costoya, Presidente de la Sub-comisión de TDT del Colegio de Ingenieros, y agrega “el problema que se les viene es que transmitir en digital cuesta 60 mil dólares, pero en ningún caso 10 lucas”.

CAPÍTULO IV:

CHILE DIGITAL

4.1 MÁS SEÑALES, MÁS DIVERSIDAD

La Televisión Digital está llegando a Chile. En la calle, se ven furgones en distintos puntos del país con las letras TVD plasmadas en sus puertas, modelos entregando folletos informativos y gigantografías que anticipan la revolución de la imagen digital. En los hogares, la televisión también da cuenta de los cambios técnicos que trae esta nueva forma de transmitir.

La llegada de la TV digital es mucho más que calidad de la imagen. Se trata de un cambio político, cultural y comunicacional. Por lo tanto, afecta a todos los actores sociales, entre ellos, los canales comunitarios. Específicamente, por el eventual cambio jurídico sobre la televisión y por las modificaciones desde el escenario analógico al digital.

En mayo de 2007, académicos de reconocimiento internacional se reunieron en la Universidad de Chile en el seminario “Tecnologías de la Información y Comunicación Ciudadana. El reto de la TV digital”. El objetivo, examinar las decisiones que la sociedad tomará respecto de esta nueva tecnología, así como sus consecuencias.

Allí expuso Analía Eliades, periodista, abogada y académica de la Universidad Nacional de La Plata de Argentina (UNLP), quien reflexionó sobre los desafíos de la Televisión Digital, más allá de la visión limitada a los aspectos tecnológicos. “Es necesario destacar que la digitalización de la transmisión de la televisión abierta de libre recepción no es una mera decisión técnica, sino también, una decisión política, cultural y comunicacional que debe garantizar la accesibilidad de la misma a todos los ciudadanos”.

Específicamente sobre los medios comunitarios, Eliades apuntó a su reconocimiento y promoción en los marcos normativos de cada país, ya que sólo estas acciones pueden asegurar la diversidad y pluralidad medial. Estas leyes requieren una adecuada reglamentación que incluya procedimientos, condiciones y políticas públicas concretas para las antenas comunitarias.

Por su parte, el doctor en sociología y abogado francés Dominique Wolton concuerda en que el proceso digital no debe remitirse sólo a lo técnico. “La pregunta no es sobre el progreso técnico, sino qué va a hacer el hombre con ese progreso técnico. Desde hace más de un siglo el problema sigue siendo el mismo: cómo resistir a la ideología técnica, cómo evitar creer que el progreso técnico por sí mismo puede mejorar la comunicación humana. Tenemos hoy en día esta pregunta planteada para la televisión digital”.

A casi cuatros años de estas reflexiones, Chile aún no concreta del todo una legislación que especifique si estos desafíos serán considerados o no. Y aunque se han dado pasos, como la decisión de la norma y un proyecto de ley que espera su aprobación en el Congreso, el futuro digital aún es nebuloso.

UNA DÉCADA DE ESPERA

Todo comenzó con un libro. Era 1999 y el Consejo Nacional de Televisión (CNTV) y el Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones concretaban el primer documento que estudiaba cómo migraría Chile desde la televisión analógica a la digital: “Propuesta de un marco normativo para la Introducción de la televisión digital terrestre en Chile”, más conocido como el Libro Verde.

Tras la publicación, se autorizó el uso experimental de canales desocupados de la banda VHF con la norma estadounidense ATSC. Durante el año 2000, Megavisión experimentó utilizando el canal 10; Televisión Nacional de Chile transmitió a través de canal 8 y Canal 13 tuvo sus primeras experiencias a través del canal 12 en Santiago.

UNA CARRETERA DE DATOS

El espectro de radiofrecuencia o radioeléctrico es el espacio físico limitado por el que se transmiten todas las ondas electromagnéticas, en las que diferentes tipos de información son transmitidos. Existen normas internacionales que establecen en qué bandas va cada tipo de servicio.

Una metáfora para explicarlo es una carretera que se divide en diferentes pistas en la que van por separado los buses, taxis y automóviles. En el espectro, estos medios de transporte son los medios de comunicación: televisión, radio e internet.

En Chile, una señal de televisión abierta usa un ancho de banda de 6 MHz. Con la digitalización, por ese mismo espacio podrán transmitirse hasta cuatro señales diferentes. Es decir, el vehículo va en la misma carretera, pero ahora requiere menos espacio para moverse.

Mientras los canales masivos jugaban a la digitalización, los comunitarios avanzaban hacia su incipiente instauración en señal analógica. El tema de la TDT se vía muy distante aún. Diez años más tarde, con un parlamento discutiendo la ley que amparará la digitalización, el escenario se les acerca. Luis Rivera, de Umbrales TV, asegura que el momento de preocuparse es ahora. “El tema de la televisión digital no es a futuro, tienes que planteártelo hoy. Si no lo haces, mañana ya no estarás”.

EL CAMBIO ANALÓGICO AL ESCENARIO CONVERGENTE

Los canales comunitarios surgieron en un escenario analógico y sus métodos de gestión tienen mucho que ver con ello. Por ejemplo, Señal 3 La Victoria posee un transmisor itinerante que facilita a otros canales. Así, la idea de televisión de estos comunicadores populares se relaciona con “salir al aire”. Sin embargo, la cadena transmisor-emisión-televisión es superada con la digitalización.



“Es un diseño pre-convergente. Si uno quiere fomentar los medios comunitarios y sólo te remites a asignarle una vitrina en la televisión abierta, los condenas a una tecnología que será menos usada. Por eso digo que debe haber una mirada convergente”, afirma Sergio Godoy, periodista y académico de la Universidad Católica, autor de “Televisión Digital en Chile ¿es posible más y mejor televisión para los chilenos?”.

En este documento, Godoy explica que una de las diferencias entre la televisión análogica y la digital es el lenguaje. La digitalización codifica imágenes, sonidos y texto usando el lenguaje de los computadores (código binario), por ende permite mezclar medios que antes

estaban separados como prensa, música, TV o cine. Este proceso es llamado convergencia tecnológica.

Así, la forma de transmitir y recibir la televisión se diversifica: TV por antena satelital (Direct TV), por cable (VTR, Movistar), por antena convencional terrestre (TV abierta) y por Internet de banda ancha. Los teléfonos móviles también podrán transmitir televisión. La clásica pantalla chica se convertirá en un mero aparato. “La televisión se va a transformar por el hecho de que será recibida en cualquier parte: a través de celulares, en autobuses y la creciente integración televisiva en internet. La idea de que sólo vamos a recibirla a través de la pantalla va a ir cambiando”, prevé Valerio Fuenzalida, Académico de la Facultad de Comunicaciones de la UC.



El modelo de televisión al que están acostumbrados los canales comunitarios cambiará con la convergencia.

De ahí que Sergio Godoy, colega de Fuenzalida en la UC, enfatice que las aspiraciones de los canales comunitarios en el escenario digital, deben ser con una mirada más amplia, no limitarse a discutir por un porcentaje de la distribución del espectro radioeléctrico. “No hay que enfocarse únicamente en la emisión abierta. No podemos pedir sólo TV abierta para los canales comunitarios, porque con el escenario de convergencia hay nuevas plataformas donde aparecer”.

Por su parte, la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC) acentúa que los canales comunitarios tienen derecho a este espacio. “Los criterios de administración (del espectro) deben asegurar que las frecuencias se asignen de forma equitativa entre los distintos tipos de prestadores de medios de radiodifusión (público, comercial y

comunitaria). Este principio deberá ser aplicado a las nuevas asignaciones de espectro para emisoras digitales" (AMARC 2010:43).

En una de las grandilocuentes oficinas del Centro de Estudios Públicos, CEP Chile, el abogado experto en el marco regulatorio de la televisión chilena, Lucas Sierra, opina sobre la asignación del espectro. "Es un error reservar tanto espectro para los comunitarios, porque el 40% es bastante. Además, con la digitalización va a existir un régimen de apoyo especial a las señales comunitarias. Y luego, si sobreviven, sobreviven las mejores. Si no, mala suerte, como lo que pasó con las radios".

Las normas televisivas son convenciones internacionales que indican el lenguaje en que se codifica la información que opera en el servicio de radiodifusión. En analógico, Chile posee la norma estadounidense NTSC (National Television System Commitee); en digital, adoptó la norma SBTVD-T (Sistema Brasileiro de Televisao Digital Terrestre). Las particularidades de la modalidad brasilera es que compatibiliza calidad y cantidad de señales en el espectro radioeléctrico. Sobre la convergencia, permite la introducción e interactividad de la televisión en nuevos soportes, como los celulares.

A pesar de estas negativas proyecciones, igualmente Umbrales TV imagina su escenario ideal en la TV digital. Luis Rivera esperaría un trabajo mancomunado entre los canales comunitarios, si es que se les otorgara un espacio del espectro radioeléctrico. "Considerando que podríamos acceder a cuatro señales, nuestro ideal es que nos apoyáramos en la infraestructura y en los contenidos. Por ejemplo, Señal 3 La Victoria, nosotros y dos canales comunitarios más. Se me ocurre segmentarlo así, pero en este momento, no es un tema que se haya conversado".

En los hechos, la televisión digital pondrá a disposición nuevas señales, con lo que las estaciones de televisión abierta multiplicarán la cantidad de contenidos, ya que un canal podrá administrar más de una señal. "¿Y quiénes controlarán esos nuevos espacios?" se cuestiona la académica de la Universidad de Chile Patricia Bustos. Ésa es una de las grandes preguntas que rondan hace más de una década.

CONCESIONES Y TRANSPORTADOR ESTATAL

En el año 2008, el Observatorio de Medios FUCATEL publicó "TV Digital, Manual para el uso de legisladores". En su introducción, Manuela Gumucio, directora del observatorio, señalaba como objetivo de este manual "facilitar la tarea de los legisladores y servir, en

general, como una iniciación a los grandes desafíos que involucran las normativas en discusión en el Parlamento". Proyecto que hasta la fecha no se ha convertido en ley.

El manual detalla cómo el proyecto hace convivir tres tipos de operadores: aquellos que son titulares del espectro y emisores de contenidos, tal como en el modelo actual de los canales de televisión; aquellos que contratan capacidades de transmisión con terceros, es decir, que arriendan espacios para pasar contenidos; y aquellos que prestan el servicio de transmisión de señales a otros operadores, o sea, agentes que consiguen una concesión del espectro, pero la arriendan a terceros en vez de transmitir.

La aparición de nuevos operadores flexibiliza la forma en que los canales comunitarios pueden acceder a la televisión abierta. Específicamente, por la posibilidad de arrendar espacios para transmitir o porque dentro de los operadores que prestan servicios para transmitir señales, podría surgir uno de régimen estatal: el transportador público.

En el primer caso, liberaría a los canales comunitarios de la necesidad de una concesión sobre el espectro. Es decir, podrían enfocarse sólo a la creación de contenidos, dejando de lado la preocupación por adquirir equipos para emitir en digital, como nuevos transmisores, antenas y otros insumos de costos inalcanzables para ellos. Sin embargo, arrendar un espacio también presentaría el problema del financiamiento, ya que tendrían que pagar para transmitir.

Enfocarse sólo a la creación de contenidos, sería parecido a lo que vivió Estados Unidos en la década del 70, cuando la sociedad civil ganó su derecho a comunicar a través de la televisión. El trato con el gobierno de turno fue la aprobación de una ley que obliga, hasta hoy, a los operadores de cable a ceder tres señales para el uso público, además de financiarlos con equipamiento y capacitación. Esto se visualiza en la película norteamericana "El Mundo de Wayne", en la que un par de amigos realiza un programa de televisión a través del acceso público.

Uno de los aspectos más destacados de esta modalidad, es que a diferencia de los canales comunitarios chilenos -que deben preocuparse por la transmisión y la programación-, los canales de acceso público estadounidenses permitieron a la ciudadanía enfocarse sólo al aspecto de los contenidos. A partir de ello, surgieron colectivos audiovisuales como Paper Tiger, reconocidos mundialmente por sus documentales de alta calidad artística y cultural.

Aterrizando el caso a los canales comunitarios chilenos, el periodista y doctor en comunicaciones Claudio Avendaño afirma que este fenómeno estadounidense no sería posible de replicar. “Las dimensiones de la industria norteamericana son muy distintas. En Chile somos 15 millones, nada, no existimos. Si tú le pones un impuesto a VTR, porque en el fondo es un impuesto, esa industria se viene abajo. Si tienes una industria pequeña no es lo mismo”.

Y aunque Avendaño apunta a la forma en que se financian los canales de acceso público, gracias a los operadores de cable, su observación da pie para otra discusión: cómo obtendrán recursos los canales comunitarios para participar en la televisión digital. Por el momento, lo único concreto es un proyecto de ley que traza algunos lineamientos sobre el futuro de estos medios en la TDT. Sin embargo, aún no es más que un debate en el parlamento.

4.2 LA RADIO POPULAR Y LA TV COMUNITARIA EXTRANJERA: OJO CON LA LEGISLACIÓN

Otro cambio que trae la digitalización es que para su implementación, necesariamente, tendrán que modificarse las leyes que regulan la televisión. Esto trae desafíos para los canales alternativos, ya que esta nueva ley podría enmendar el vacío legal en el que se encuentran. Sin embargo, la regulación al respecto, hasta ahora, no es más que un proyecto en el parlamento y unas cuantas especulaciones. Por ello, puede servir de ejemplo revisar cómo vivió este proceso un medio con el mismo origen: la radio popular.

La legislación para las radios populares fue un arma de doble filo. Primero, porque la ley autorizó su existencia, pero con muchas restricciones. Las limitó como radios de mínima cobertura o de baja potencia y sólo permitió una por comuna. Además, quedó en manos de la Subsecretaría de Telecomunicaciones otorgar el permiso o concesión para transmitir. Todo lo anterior melló directamente la autonomía de las bases a decidir cuántas antenas levantar y con cuánto alcance.

En segundo término, el proceso de entrega de concesiones estuvo cargado de obstáculos. De la red de radios populares sólo algunas lograron ponerse en sintonía con los requisitos legales, que más parecían una barrera que una ayuda. No sólo se trataba de un permiso/concesión, "sino de un proceso paulatino y costoso cuyas penas eran demasiado duras para aquellos que decidían transgredirlas. Sin duda, la legislación tuvo como principal objeto disminuir y desaparecer a las numerosas radios populares del escenario político" (Palma 2004:147).

Otro problema fue que no todas las radios respondieron al llamado de legalizarse. En algunos casos fue una decisión política, en otros fue la incapacidad material de cumplir con los requisitos exigidos para obtener una concesión. La Asociación Nacional de Radios Comunitarias (ANARCOM), instaba a apagar los transmisores, sin embargo la voluntad de transmitir fue más poderosa. En consecuencia, la ley dejó caer su mano dura sobre estas emisoras: se confiscó material y muchos comunicadores populares fueron encarcelados.

Todo lo anterior evidencia la importancia de una negociación meticulosa por parte de los medios comunitarios, quienes deben ser capaces de ver los pro y los contra de ingresar al engranaje oficial. No obstante, estos ejemplos se remiten sólo a la radio y a un contexto analógico. Para ampliar la mirada sobre qué cuidados deben tener los canales comunitarios chilenos en el escenario digital, vale la pena conocer cómo fue este proceso en otras partes del mundo.

ARGENTINA: CANALES "TRUCHOS" REIVINDICADOS

El contexto en el que nacen y se desarrollan los canales comunitarios argentinos, llamados canales "truchos" o "piqueteros", es muy similar al chileno. Una televisión abierta con un 98% de penetración en los hogares, con alta concentración geográfica y económica, donde sólo cuatro canales privados dominan ampliamente el 96% de la audiencia. (Mastrini y Becerra 2006:90) Mientras que la televisión alternativa surgió en un contexto autoritario y clandestino.

Ésa fue la antesala en la que se aprobó la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, apoyada fuertemente por la sociedad civil argentina. "Hubo movilizaciones multitudinarias el día en que se sancionó la ley en el Senado, se reunieron 40 mil personas en la plaza del Congreso. El tema común era: 'basta de estar como estamos'", narró el abogado, doctor en comunicaciones y académico de la Universidad de Buenos Aires, Damián Loreti, en una entrevista para FUCATEL.

La sociedad civil argentina se organizó para redactar un petitorio con exigencias para la futura televisión digital. Los "21 puntos por el derecho a la comunicación" pedían, entre otras cosas, un tercio del espectro para los canales comunitarios, cuestión que hoy es ley. Este petitorio fue adherido por variadas organizaciones, tales como las Madres de Mayo, universidades de todo el país y sindicatos de trabajadores.

Mientras tanto, en Chile, pero con muchos más adherentes, distintos actores sociales conformaron la Mesa de Ciudadanía y Televisión Digital, con el fin de redactar "Más y

Mejor Televisión para Chile". Sin embargo, sus quince puntos, como la creación de un transportador público y financiamiento estatal para TVN, aún no pasan de las buenas intenciones.

Loreti subraya las nuevas posibilidades que se abren para los canales comunitarios argentinos, ya que la reciente ley los pone a la altura de los medios tradicionales. "El reconocimiento legal es el punto de partida, ya que les entrega capacidad de actuación sin limitaciones arbitrarias, tal como la tienen los medios comerciales. Los límites jurídicos son los de todos los demás. Desde ahora, tienen las mismas posibilidades de acceso a recursos que las emisoras comerciales y los mismos deberes, por ejemplo, la regularización de sus trabajadores".

Esta igualdad de condiciones pone a los canales comunitarios argentinos a competir por los fondos, al igual que los canales masivos. Sin embargo, también existen financiamientos especiales para ellos. "El siguiente paso son los subsidios, como los previstos para costear el salto digital o las líneas de promoción para la industria televisiva, como los fondos para proyectos de programación sostenidos con fondos del Ministerio de Planificación", anticipa Loreti.

Paula Gálvez, del Canal Comunitario de Pichilemu, destaca la importancia de estudiar los avances sobre TDT en otros países. "En un encuentro internacional hablamos con gente de Mendoza, ellos nos contaban que en Argentina ya están todos los canales legalizados. Nosotros pensábamos que tenían mucho apoyo, pero me explicaban que les piden los mismos requisitos que estamos creando nosotros: que sean organizaciones constituidas, que se financien a través de proyectos. Finalmente, creo que acá va a terminar pasando lo mismo".

Por ello, las antenas populares de Argentina presentan desafíos que los canales chilenos también sortearán en el futuro, en el supuesto de que se apruebe una ley con características de reconocimiento, financiamiento y espacios similares. Loreti prevé: "las dificultades que vienen son las de desarrollarse correctamente en los estándares de calidad y cánones

profesionales. Finalmente, los canales comunitarios deben demostrar que valió la pena dar la pelea”.

ESPAÑA: POBRES, PEQUEÑAS Y POCAS

A diferencia de Chile, España es un caso peculiar en cuanto al desarrollo de la comunicación alternativa. Posee una historia en la que pueden encontrarse manifestaciones ya en la dictadura franquista, cuando se introdujeron de manera clandestina aquellas voces que eran perseguidas. Por su prematuro origen, la televisión popular española tuvo un desarrollo tan potente, que el gobierno no pudo ignorar su existencia.

Por eso, en 1983 vio la luz la Ley del Tercer Canal, la que autorizaba la existencia de televisoras comunitarias, o asociativas, como se les llama en España. Sin embargo, sólo una década después recibieron un reconocimiento real. Más allá de lo promisorio que puede sonar, fue recién en 1995 que se creó un proyecto de ley que se refería a la TV local, que podía ser pública, privada o comunitaria.

“Si bien la televisión local en España surgió cercana a la idea de lo comunitario, la falta de garantías legales que le reconocieran su estatus de medios asociativos y no lucrativos, minó sus posibilidades de sostenerse en el tiempo”, explica Chiara Sáez al diario “El Movimiento” de Madrid.

Años más tarde, España vivió el mismo escenario que vive Chile actualmente, la necesidad de legislar para implementar la televisión digital. Sin embargo, esta oportunidad se ofreció sólo a las antenas históricas, aquellas anteriores a 1995, como Tele K y RTV Cardedeu. El resto tuvo que cesar sus transmisiones el 1 de enero de 2008, día en que ocurrió el apagón analógico.

CON EL APAGÓN

El término apagón analógico se refiere al cese de las emisiones analógicas de los operadores de televisión de libre recepción. En Chile, el fin de las transmisiones del espectro electromagnético VHF tiene fecha prevista para el 2015, momento en que cada televisor deberá disponer de un sintonizador especial para captar la señal digital. Este proceso también es llamado switch – off.

La autorización para transmitir en televisión digital no pasó de ser buenas intenciones, ya que ningún canal comunitario pudo hacerlo hasta años después, debido a la falta de financiamiento. La única plataforma en la que pudieron transmitir internet, una de las pocas iniciativas para continuar interactuando con la localidad. Es lo que vivió cada ciudad de manera autónoma y en distintos momentos.

Cataluña se adelantó al escenario digital y exigió al gobierno de Rodríguez Zapatero una ley que promoviera la protección de sus derechos, garantizara su presencia en el espectro radioeléctrico y limitara la participación empresarial en los servicios de comunicación audiovisual comunitarios. Todo se les concedió en diciembre 2005. Motivados por este ejemplo, otras ciudades españolas quisieron expandir estos beneficios al resto del país. Sin embargo, la voluntad política se fue cuando cambió el gobierno.

“Para que se pudiera aplicar a todo el país era necesario el desarrollo de un reglamento, que se hizo público a fines de 2009, pero éste no alcanzo a aprobarse antes del cambio de gobierno. Todo el proceso ha quedado en nada”, contextualiza Chiara Sáez, sobre la ley 22/2005 que prometía fortalecer a las “asociativas” en el escenario digital.

Al siguiente año, volvió a cambiar el campo de juego, con la aprobación de la Ley General Audiovisual (LGA) en 2010. Esta ley impide tanto a radios como a televisoras comunitarias la emisión de publicidad y patrocinio, además establece límites en sus gastos anuales y les obliga a pagar todos los derechos, cánones o tasas que deriven de su actividad.

Con este escenario acuestas y aún sin lograr obtener el resguardo que ofrecía esta normativa y sólo con la autorización bajo el brazo, el 12 de marzo de 2010, Tele K se convirtió en el primer canal comunitario en transmitir en digital para su localidad. A pesar de ser financiados por una fundación y a casi un año de su debut, las insuficiencias económicas siguen patentes.

A comienzos de 2011, en la portada de su sitio *web*, Tele K publicó una carta a la comunidad de Vallecas, titulada "200.000 Razones para apoyar a Tele K. Llamado a la ciudadanía madrileña de izquierdas". La intención era motivar a la ciudadanía de Madrid a participar y apoyar al canal con un aporte monetario para la renovación de equipos y antenas.

Según un estudio del Parlamento Europeo realizado en 2007, la tecnología digital constituye tanto una oportunidad como un desafío para el sector de los medios comunitarios, pues el sector carece de capacidades y recursos para funcionar desde este soporte. Esto se evidencia en el caso español, en el que las televisoras alternativas han padecido precariedades económicas tanto en el escenario analógico como en el digital.

Las cifras hablan por sí solas. En 1994 existían cerca de 370 cadenas no lucrativas, locales e independientes. En la actualidad, tan sólo quedan quince. De ahí que estas televisoras interpreten las intenciones del gobierno hacia ellas como pobres, pequeñas y pocas.

LOS CINCO PROBLEMAS

¿Qué pasa con los nuevos proyectos?

La norma deja fuera a proyectos de reciente creación.
No hay respuesta para experiencias asociativas que demanden un lugar en el soporte digital. Es el caso de Okupem les Ones, en Barcelona, que emite desde 2005 por ondas y por internet, o el de Pluralia TV, en Valencia, que emite sólo por internet.

Límite en la financiación
Presupuestos muy pequeños para la sostenibilidad

Una de las medidas que ponen más limitaciones es la de que su facturación no puede superar los 100.000 euros anuales para las televisiones y 50.000 para las radios. Además, no se permiten ni la publicidad ni los patrocinios.

Piratas
Intrusismo esotérico o sectario

Dentro del llamado tercer sector (ni estatal ni privado comercial) existe el temor de que este formato de televisión pueda ser utilizado de manera fraudulenta de forma que se permita la entrada a entidades que tengan intereses lucrativos.

Escasa cobertura
La Ley sólo aprueba las coberturas existentes

Tanto para radios como para las televisiones se prevé que el reglamento reserve una cobertura no mayor del 20% de la población. A esto se suma que son las propias teles las que tendrán que sufragar los gastos de la antenización para la TDT.

Propiedad intelectual
La SGAE no es una entidad sin ánimo de lucro

A pesar de las penurias económicas a las que se condena a los medios de carácter no lucrativo, nadie se libra de la Sociedad General de Autores y Editores (SGAE). Tanto radios como teles tendrán que pagar las tasas, cánones y derechos de autor por la emisión de contenidos protegidos.

ESTADOS UNIDOS: UN TAMBALEO FORZOSO

Los canales de acceso público en Estados Unidos son los homólogos de los canales comunitarios chilenos. Si bien ambos comparten antecedentes en la efervescencia social de los 60 y 70, hay diferencias entre ellos. Los chilenos surgen a pulso de antenas y videos en los 90, mientras que los estadounidenses nacen hace más de treinta años como una demanda ciudadana, cuyos frutos son el millón de norteamericanos que han vivido la experiencia de hacer televisión.

Los canales de acceso público surgieron porque coincidieron dos necesidades: la de la ciudadanía, que clamaba por democratizar la televisión, y la de las incipientes cadenas de cable, que pretendían asentarse en el mercado norteamericano. La industria del cable se jugaba su futuro y consideró que abrir canales de acceso público podría ser un buen aval de su rol y preocupación prosociales.

El resultado fue el decreto que obligó a las compañías de cable a reservar tres canales de acceso no comerciales: educativos, controlados por universidades; gubernamentales, utilizados por los ayuntamientos (municipalidades) y públicos, reservados para el libre acceso de la gente. Un ejemplo del modelo es Manhattan Neighborhood Network (MNN), corporación independiente y sin ánimo de lucro creada en 1991, conformada por los ciudadanos y organismos cívicos de Manhattan.

Una vez conseguido el espacio, los movimientos comunitarios dejaron atrás esa preocupación, enfocando sus esfuerzos en crear contenidos de calidad y de interés social. De ahí nacen colectivos audiovisuales, cuyos referentes son los activistas de los 60. El ejemplo más representativo es Paper Tiger TV (PTTV), que comenzó su trabajo televisivo en 1981, con la creación de un programa semanal para MNN que analizaba el impacto de los medios en la sociedad.

Colectivos como PTTV integran la experimentación artística, las nuevas tecnologías y la movilización política contrahegemónica. Se trata de una actividad audiovisual de carácter abierto, voluntario y sin fines de lucro. Paper Tiger produce series para los canales de acceso público, hace educación de medios, realiza talleres de producción de videos y apoya

a los movimientos de base de la ciudad. Además, son reconocidos a nivel mundial por su contribución al video arte, la teoría y la tradición documental, todo esto desde la producción televisiva de bajo costo.

Como los canales de acceso público son albergados y distribuidos por los operadores de cable, en principio, la digitalización no perjudica este modelo. En aspectos técnicos, la TDT sólo afecta a la televisión analógica de libre recepción y no a la de pago, ya que el apagón analógico no influye en su sistema de transmisión. Sin embargo, esto no significa que estén asegurados.

La digitalización trae consigo el fenómeno de la convergencia tecnológica, lo que cambia el escenario de las telecomunicaciones. Las compañías de cable, de telefonía y de internet podrían fusionarse, haciendo tambalear la estabilidad del pacto "canales de acceso público-operadores de cable". Estas empresas se han hecho escuchar y los legisladores ya han dado señales a su favor. Entre otras cosas, las nuevas medidas promueven que estos servicios lleguen sólo a zonas altamente rentables, dejando de lado las zonas pobres y rurales, aumentando la brecha digital.

Las discusiones sobre los cambios que se vienen a partir de la digitalización, han despertado cierta incertidumbre en los gestores de los canales de acceso público. "Para nosotros es el fin de como estamos ahora. Puede ser que vamos a continuar de otra forma -supongo que lo haremos, no vamos a desaparecer- pero no sé cómo vamos a aparecer en cinco años. Va a ser una cosa un poco distinta. Con menos recursos, con esto del internet y todo eso", explicó Marty Lucas, responsable del departamento de tecnología del MNN, en una entrevista con Chiara Sáez (Sáez 2008:267).

Finalmente, en el caso estadounidense no será el apagón analógico ni la migración digital de la televisión lo que menoscabará un movimiento ciudadano establecido y arraigado en el tiempo. Serán los vaivenes del mercado los que probablemente los hagan desaparecer de la pantalla chica. En ese escenario, tendrán que sumarse a la masiva migración a internet. Proceso que viven numerosas televisoras alternativas en el mundo.

CAPÍTULO V:

LA TELEVISIÓN NO SERÁ TELEVISADA

5.1 UN MODELO SUSTENTABLE

Más allá de los matices, teóricos como Chiara Sáez, Alfredo Gumucio-Dagrón, Patricia Bustos y Cristian Cabalín coinciden en que, principalmente, un canal comunitario debe poseer tres características: surgir como una propuesta desde las bases de la sociedad, no perseguir fines de lucro e integrar a sus comunidades en la gestión y desarrollo del canal. Asimismo, su programación debe basarse en acontecimientos de su localidad y representar a aquellos que son omitidos en la televisión oficial, así como ser críticos en práctica y discurso con estos medios.

Cuando un medio comunitario posee estas particularidades, se genera el escenario propicio para que su entorno se enriquezca. Así, aparecen dos momentos en los que la comunidad se fortalece: durante la producción previa a los contenidos audiovisuales y, luego, cuando éstos son transmitidos por las pantallas de la localidad. En el primer caso, Bustos afirma que cobra valor que los vecinos se transformen en comunicadores, al tomar las cámaras y, con un sentido social y popular, recolectar las historias que creen importantes.

Cabalín asegura que ver en la pantalla un producto creado desde la comunidad, afianza el sentido de pertenencia al lugar. Asimismo, la imagen identifica a los televidentes y genera reconocimiento, lo que ayuda en la construcción de identidades. Sáez, desde una perspectiva medial, subraya que cuando los contenidos locales disputan espacios con los canales masivos, se diversifican los discursos en la televisión.

Lo anterior, resume en aspectos teóricos lo más destacable que un medio comunitario entrega a su entorno. Para potenciar que estas variables se concreten en la práctica, el periodista y documentalista boliviano Alfonso Gumucio-Dagrón y la académica e historiadora colombiana Amparo Cadavid han definido retos que las televisoras comunitarias deben asimilar para alcanzar su sostenibilidad o sustentabilidad.

En su investigación “Arte de Equilibristas: La sostenibilidad de los Medios Comunitarios”, Gumucio-Dagrón afirma que, para sostenerse por sí mismo, un medio alternativo debe considerar tres ejes: lo económico -que se refiere al financiamiento-, lo institucional -que apunta a la legislación- y lo social -que señala la representatividad de la comunidad-.

Por su parte, en su ponencia “La Sostenibilidad de los Medios Comunitarios y Ciudadanos”, Cadavid enfatiza estos mismos fundamentos, pero divididos en nueve ramas: la necesidad de un proyecto político comunicativo (PPC), una agenda local, una organización transparente, una legalidad dentro de los márgenes posibles y una participación horizontal. Además de poner énfasis en las audiencias, cuidar la estética de las imágenes, poseer un plan de financiación y construir redes y alianzas.

Con estos datos se decidió evaluar la sostenibilidad de los canales investigados -Señal 3 La Victoria, Canal 3 Pichilemu y Umbrales TV-. Para facilitar la exposición y análisis de los datos, se construyó la siguiente tabla:

	SEÑAL 3 LA VICTORIA	CANAL 3 PICHILEMU	UMBRALES TV
Proyecto Político Comunicativo (PPC)	Sus orígenes se enfocan en la comunidad, pero actualmente éstos se supeditan a los criterios de sus fundadores	Nace respondiendo a la falta de una televisión local en Pichilemu. Actualmente, los intereses y visiones de la localidad priman por sobre la idea política de sus fundadores	Surge y se mantiene con la meta de diversificar los discursos mediales, pero sobre todo buscan la reconstrucción de la izquierda chilena
Agenda local	Aunque tienen contenidos realizados por la comunidad, más de la mitad de su programación corresponde a contenidos envasados, como CDF y TeleSur	Al menos dos de las seis horas diarias de transmisión corresponden a un programa local. El resto del día, pasan películas y documentales, algunas de ellas también localistas	Descargan TeleSur y Cubavisión, sus principales contenidos. Tienen programación propia no siempre localista, hecha por sindicatos de trabajadores y grupos mapuche
Organización transparente	Reciben financiamiento externo y participan de concursos públicos. Al ser consultados por otras formas de financiamiento, fueron esquivos y ambiguos al responder	Mantienen un libro con sus ingresos y egresos, el que está a disposición de la comunidad y el que es revisado mensualmente por un contador. Todo el dinero es reinvertido en el canal	Da cuenta a su comunidad de los ingresos que reciben. Sin embargo, es una fundación externa al canal quien decide el destino de los dineros
Búsqueda de legalidad	Formaron la Agrupación de Audiovisualistas de La Victoria. Según ellos, en la medida en que el reconocimiento legal los beneficie, evaluarán si se suman a la digitalización	Pertenece a la Agrupación de Audiovisualistas de Pichilemu, posee iniciación de actividades y facturas. Es sin fin de lucro. Quieren ser reconocidos legalmente y participar de la digitalización	Pertenece al Centro de Desarrollo y Adelanto Local Umbrales, fundación sin fines de lucro y con personalidad jurídica. Quieren legalizarse y participar en la digitalización
Participación horizontal	Antigüedad implica jerarquía. Están abiertos a la comunidad, siempre y cuando compartan lineamientos políticos	La dirección del canal recae en los fundadores. Están abiertos a la comunidad, siempre y cuando respeten los requisitos para transmitir	La dirección del canal recae en los fundadores. Están abiertos a la comunidad, siempre y cuando compartan lineamientos políticos
Consideración de las audiencias	Transmiten lo que la gente sugiere ver, por ejemplo, películas eróticas y el Canal del Fútbol, además de filmar eventos propios de la identidad local	Transmiten lo que la gente sugiere ver, por ejemplo, películas y documentales de producción internacional, así como noticias positivas y negativas de la localidad	Transmiten lo que la gente sugiere ver, por ejemplo, películas infantiles, así como programas sobre la población
Estética (calidad y contenidos)	Repiten los formatos de los medios tradicionales con baja calidad audiovisual y precarios recursos. Se destacan contenidos que aprovechan la riqueza visual de la población	Repiten los formatos de los medios tradicionales, con buena calidad audiovisual. Se destacan contenidos que aprovechan la riqueza visual de la localidad	Repiten los formatos de los medios tradicionales, pero con baja calidad y precarios recursos. Se destacan contenidos que son filmados aprovechando la riqueza visual de la localidad
Plan de financiamiento	Donaciones externas internacionales, dineros de fondos concursables, publicidad local, pago de cuotas dentro del canal, eventos y aportes voluntarios de la comunidad	Dineros provenientes de fondos concursables, publicidad local y pago de cuotas dentro del canal	Dineros provenientes de fondos concursables, publicidad local, eventos y aportes voluntarios de la comunidad
Redes y alianzas	A nivel nacional, conforman la Red de Televisoras Populares y Comunitarias, se relacionan con universidades y mantienen alianzas internacionales	A nivel nacional conforman la Red de Televisoras Populares y Comunitarias y acuden a encuentros internacionales. Aspiran a la creación de un gremio nacional de televisoras	Conforman la Red de Medios de Los Pueblos, se relacionan con universidades, ONGs y mantienen alianzas internacionales. También imparten talleres a otros canales comunitarios

De las nueve variables propuestas por Cadavid, Canal 3 Pichilemu sortea siete, Umbrales TV, cinco y Señal 3 La Victoria, cuatro. Basándose en este criterio, es el canal de Pichilemu el que, en comparación a los otros canales, ha alcanzado una sostenibilidad más concreta. Las señales de Villa Francia y La Victoria tienen más aristas pendientes, en consecuencia, su gestión presenta más falencias y precariedades.

Un aspecto que escapa al criterio de la abogada colombiana y que influye en la sostenibilidad de Canal 3 Pichilemu, es su ubicación geográfica. En Pichilemu la oferta televisiva es menor a la de Santiago, ya que sólo llegan tres canales de señal abierta y no hay televisión de pago. Todo esto incide en que este canal comunitario se destaque por sobre la programación tradicional.

A su vez, influye que los fundadores del medio posean estudios superiores. Yovanny Moraga es Director Audiovisual, por ello tiene conocimientos sobre aspectos técnicos de la televisión y el cine: edita videos, produce programas, sabe de la estética de la imagen y conoce de gestión televisiva en general.

En tanto, Paula Gálvez es diseñadora de vestuario, por lo que tiene conocimientos sobre estética y durante su formación profesional aprendió de costos y finanzas. También, ha aprendido de la profesión de Yovanny. Todo lo anterior se refleja en dentro del canal, tanto en la transmisión de contenidos de buena calidad técnica, como en la gestión profesional de los recursos económicos y humanos.

LO QUE LES FALTA

Si bien el canal comunitario de Pichilemu se acerca bastante a un modelo sostenible, aún tiene pendientes ciertos desafíos. Al igual que todas las televisoras investigadas, Canal 3 Pichilemu carece de programación mayoritariamente local. El periodista boliviano Gumucio-Dagrón, apunta a que los medios comunitarios, en una etapa más avanzada, realicen producciones audiovisuales en distintos formatos -como documentales noticiarios y hasta telenovelas-, todo esto con un enfoque que rescate el sentir comunitario.

De lo contrario, afirma el periodista, un canal que sólo transmite contenidos foráneos o envasados, no representa ninguna ventaja ante la televisión tradicional. Otra falencia recurrente es la escasa participación horizontal. En todos los casos investigados, la dirección de los medios recae en sus fundadores, quienes, junto a un grupo reducido de no más de seis personas, deciden el destino del canal. Esto mella directamente uno de los pilares de la comunicación popular: la gestión abierta, horizontal e incluyente.

Por otro lado, un requisito clave que el canal de Pichilemu ha sorteado, es el planteamiento de un proyecto político y social que esté por sobre los intereses de los fundadores del medio. Señal 3 La Victoria y Umbrales TV surgieron con el fin de disputar los discursos mediales tradicionales y reconstruir una identidad popular. Sin embargo, estos objetivos pasaron a segundo plano, en pos de darle protagonismo a la línea editorial de izquierda militante.

Canal 3 Pichilemu se originó con una línea localista, la que mantiene hasta hoy. Si bien sus fundadores se autodenominan de izquierda, priorizan contenidos que son amenos para la gente, como películas y documentales locales e internacionales. La ideología política de los directores del canal queda subordinada a estos intereses.

Si un canal comunitario lograra cumplir con los objetivos propuestos por Gumucio-Dagrón y Cadavid, no sólo alcanzaría una sostenibilidad interna, sino también otorgaría a su comunidad el sentido de identidad, pertenencia y otros valores populares que la globalización opaca. Eso sí, esta fórmula se aplica dependiendo de los propósitos de cada canal, como dice el periodista Patricio Rivera, todos los medios tienen la libertad de escoger sus propias estrategias.

Este modelo se refiere sólo a aspectos intrínsecos de la televisión comunitaria, por lo que se propone como viable tanto en el contexto analógico como en el digital. La tarea pendiente, ahora, es revisar cómo su entorno podría ser más favorable, entre otras cosas, en cuanto a legislación y formas de financiamiento.

5.2 LO BUENO, LO MALO Y LO FEO DE LA TDT

Los canales comunitarios no existen. Al menos no en la legislación chilena. Se encuentran en un limbo sin políticas públicas concretas sobre ellos, lo que los deja en un estado de alegalidad. Llevan quince años esperando a que en algún momento la ley los considere. La llegada de la Televisión Digital a Chile implica cambiar las normativas sobre la televisión, con los que los canales populares, al fin, podrían dar el salto a la legalidad.

Sentado en su oficina en la Facultad de Comunicaciones de la UC, Sergio Godoy crítica la propuesta de ley de Michelle Bachelet sobre TV digital. Para él, ésta no cambia mucho el panorama televisivo. "La ley hace guiños a grupos específicos que presionaron para mantenerse: el Consejo Nacional de Televisión (CNTV) y la Subsecretaría de Telecomunicaciones (SUBTEL); a la vez, le da sus 6 Mhz gratis a los canales de la Asociación Nacional de Televisión (ANATEL) y le hace un guiño a los senadores y diputados que ganan votos con una visión arcaica sobre la televisión local".

Valerio Fuenzalida, también académico de la Universidad Católica, concuerda con Godoy. "En este momento, estamos con una ley en el parlamento y nos sabemos qué va a salir de ahí. Los diputados y senadores, y en general el mundo de la política, tienen una visión muy sesgada de la televisión, lo ven como un medio para captar adhesiones a sus posturas políticas. Es una mirada muy anticuada, que no se condice con un escenario digital".

Esta suspicacia es compartida por la Doctora en Comunicaciones Chiara Sáez, quien revisó la "letra chica" de propuestas como la definición de los canales comunitarios, su reconocimiento, la entrega de concesiones y la autorización para transmitir.

Sáez, basándose en propuestas de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC) y del Parlamento Europeo, sugiere separar las frecuencias según el sector de la comunicación al que pertenecen: público-gubernamental, privado-comercial y comunitario sin fines de lucro. En cambio, el proyecto contempla "una reserva de un mínimo de un 40%

(para) concesiones regionales, locales y comunitarias, como también a aquellas concesiones nacionales que el Consejo Nacional de Televisión califique como culturales".

Este porcentaje reservado en la ley es un remanente. En un escenario hipotético, si el espectro radioeléctrico corresponde a cien señales, alrededor de sesenta serían ocupadas por actores como TVN y Mega. Para los canales comunitarios quedaría el 40%, pero no del total, sino de las cuarenta señales restantes, es decir, contarían con sólo dieciséis señales. Y éstas, además, se las disputarían con canales locales, regionales, educativos y culturales, entre otros.

"Me parece que aquí hay una confusión de conceptos respecto a lo que forma parte de cada sector de la comunicación. Los canales regionales, locales, educativos y culturales pueden ser privados o públicos, no debieran mezclarse con los canales comunitarios. Estos, por definición, son sin fin de lucro. Además, lo que los define y diferencia conceptualmente es que las comunidades a las que hacen referencia participan en todas las fases del proceso comunicativo", aclara la doctora.

En vez de respetar la división según sectores de la comunicación -algo que Argentina, Uruguay y España legislaron sin problemas-, Chile separó las concesiones geográficamente. Lo que ya genera confusiones, sobre todo porque se desdibuja la figura de canal comunitario.

LA IMPORTANCIA DEL TERRITORIO

Tras quince años en la alegalidad, los canales comunitarios recién en el gobierno de Bachelet aparecen nombrados en un proyecto de ley. El texto los señala como entidades sin fines de lucro, característica que los diputados Darío Paya (UDI) y Mario Bertolino (RN) propusieron eliminar. Sáez asegura que esta modificación sería una "desnaturalización absoluta de lo que se considera televisión comunitaria".

Es más, como el proyecto divide a los canales por su alcance geográfico, cambiar su finalidad no comercial dejaría a los comunitarios sin mayor diferencia con los locales, que son abiertos al lucro o al proselitismo.

El proyecto de ley propone cuatro tipos de concesiones: nacionales, que contemplan una cobertura mayor al 50% de las regiones del país; regionales, cuyo alcance comprenda más de la mitad de las comunas de una región y menos del 50% del país; y, por último, locales y comunitarias, las que deben abarcar como máximo el 50% de las comunas dentro de una región.

De esta forma, el proyecto explicita que “los concesionarios regionales, locales y comunitarios están asociados a una cobertura geográfica específica, que de ningún modo busca replicar la cobertura nacional”. Con estos límites, los cocesionarios más pequeños no podrán transmitir a todo el país. Según la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC), la equivalencia medios comunitarios-alcance reducido está superada y no debiera limitarse estas antenas a espacios reducidos.

AMARC considera las dos acepciones del término: comunidad territorial y comunidad de intereses, en donde la última escapa a una localidad específica, porque puede representar a grupos presentes en todo el país, por ejemplo, a un grupo étnico. Con esta característica, la señal no deja de ser comunitaria, pues lo importante no es cuánto abarca, sino sus dinámicas y formas de gestión.

Aún así, expertos insisten en que la televisión comunitaria debe remitirse a un territorio. Desde una mirada antropológica, Cristian Cabalín explica que las comunidades no pueden desprenderse del entorno en el que se ubican. “Indispensablemente, la comunidad tiene ciertas características: está asentada en un territorio, comparte intereses comunes y está movilizada por ciertos valores. En ese sentido, una comunidad sería la población La Bandera o La Victoria”.

Igualmente, Patricia Bustos, quien impartió talleres de comunicación popular a fines de los 80, afirma que el mérito de estos medios es que se abocan a pequeñas localidades, con sus propias pautas e historias. “Yo creo que si llegaran a todo el país, perderían su esencia, con lo que replicarían el modelo masivo de la actual televisión abierta”. Por lo tanto, lo que en la ley parece una limitante, en aspectos pragmáticos se acomoda a la naturaleza misma de un canal comunitario.

Que la TV comunitaria se acote a un entorno, no imposibilita que difunda algunos contenidos a todo el país. Por ejemplo, Señal 3 La Victoria podría filmar su programación local, identificándose con su comunidad e historia, viviendo todo el proceso de empoderamiento social y reconstrucción popular. Si estos contenidos resultan de calidad, un transportador público podría difundirlos para que todo Chile conociera a esta población.

CUÁNTO VALE EL SHOW

“En la práctica, hay un tema de fondo con la llegada de la Televisión Digital: la relevancia de rescatar a los canales comunitarios y lograr su sustentabilidad”, asegura el Periodista y Doctor en Comunicaciones, Sergio Godoy. En ese sentido, el proyecto de Bachelet es claro: sólo habrá financiamiento y subsidio para que estos medios paguen a los transportadores de red su derecho a transmitir.

Esto se concretaría a través del fomento estatal a la producción, transmisión o difusión de contenidos que no son comercialmente atractivos. Sería el caso de un canal comunitario que tiene pocos recursos y al que ningún transportador privado le preste servicios de emisión. Allí, el Estado entregaría fondos para que esos contenidos sean divulgados. Sin embargo, la normativa no se refiere a cómo se financiarán las propias estaciones de televisión comunitaria.

“Es necesario discutir sobre el financiamiento. Todo lo que ha planteado la plataforma audiovisual, FUCATEL y otros actores sociales, es que el Estado financie a los canales comunitarios”, piensa el documentalista Francisco Gedda. “El meollo de la digitalización,

es que es una oportunidad para democratizar la emisión y programación de señales televisivas”, agrega.

En la precaria situación en la que se encuentran los canales comunitarios, será imprescindible algún tipo de apoyo económico para que se sumen y permanezcan en la Televisión Digital. Gedda plantea que esta tarea le corresponde al Estado. No obstante, será difícil que sólo a partir de fondos públicos se resuelva la sostenibilidad financiera de estos medios. Por esto, la publicidad surge como alternativa.

“El grave problema es el financiamiento para las televisoras populares. Cada vez coartan más a los medios comunitarios. Por ejemplo, cuando se normó sobre las radios comunitarias, se les prohibió tener publicidad. Esto es un fenómeno de políticas públicas sobre la comunicación. Es la elite quien toma las decisiones y diseña un esquema que no es plural ni democrático”, opina Claudio Avendaño, Doctor en Comunicaciones y académico en la Universidad Diego Portales.

A pesar de que la iniciativa de Bachelet no se refiere a la publicidad en televisoras comunitarias, en la práctica, gran parte de los ingresos de estas antenas provienen de anuncios comerciales. Un ejemplo es Canal 3 Pichilemu, quienes han arrendado espacios de sus pantallas a Essbio, la empresa sanitaria con mayor presencia en las regiones de Chile. "Es una empresa grande que cubre cuatro regiones en el país. Ellos han pagado por publicidad en el canal, como una campaña de prevención durante el invierno", explica Paula Gálvez, joven fundadora de esta antena.

Sobre si la transmisión de publicidad condiciona los contenidos, Gálvez afirma que “una cosa no quita la otra. Hemos transmitido quejas sobre la calidad del agua de esta empresa. Nos llegaron frascos con muestras color café. Yo hablé con la jefa zonal de Essbio y le expliqué que nosotros tenemos la libertad de tenerlos como auspiciadores, lo que no significa que estemos comprometidos a salvarles el pellejo”.

Además de obtener ingresos a partir de la venta de espacios televisivos, otra propuesta que ha surgido es que se amplíen los fondos concursables para las estaciones comunitarias. “Hay que generar varios tipos de fondos que subsidien las diversas etapas de la producción audiovisual. Así como existen fondos que potencian a las productoras independientes, debieran generarse otros de perfeccionamiento para las personas que trabajan en medios populares y para el tema del equipamiento, ya que las tecnologías quedan obsoletas de un momento a otro y eso nadie lo ve”, propone Avendaño.

El tema del financiamiento para las antenas comunitarias es uno de los más relevantes. En el caso de España, la legislación les prohibió la publicidad y los patrocinios, además limitó su facturación a 100 mil euros anuales (65 millones de pesos). Las estaciones españolas están exigiendo que esta normativa se revierta, ya que sienten que estas medidas coartan su crecimiento.

Lo anterior, da cuenta de la necesidad de que la ley aclare las formas de financiamiento para los medios comunitarios. Por ahora, el proyecto de Bachelet ha cumplido con tres reivindicaciones claves. Primero, el reconocimiento legal que estos medios han anhelado durante más de una década, segundo, la posibilidad transmitir en digital y, tercero, los subsidios necesarios para ello.

Pese a estos avances, los comunicadores populares no pueden más que especular sobre el escenario digital. Desesperanzado, Polo Lillo, de Señal 3 La Victoria, prevé: “tenemos un proyecto fijo, que es transmitir. Si el día de mañana no podemos financiarnos en digital, vamos a salir igual, aunque sea por internet”.

5.3 EL MITO DE INTERNET

Cuando la digitalización esté totalmente implementada -en Chile se espera que sea en el 2015-, las emisiones tradicionales cesarán para siempre. Este momento se conoce como apagón analógico. Tras ello, se presentarán tres posibilidades para los canales comunitarios: sumarse a la digitalización, difundir sus contenidos a través de internet o realizar ambas acciones simultáneamente.

La llegada de la TDT implica que aquellos medios comunitarios, concebidos como estaciones de televisión, decidan respecto de su futuro. Es una oportunidad de replantearse sus modelos de gestión, sobre todo en un escenario convergente, donde internet es la nueva gran plataforma.

Periodistas como Ignacio Ramonet, durante años director de Le Monde Diplomatique, se cuestionan los beneficios de las nuevas tecnologías y los medios globalizados. “Lo que llamamos las nuevas tecnologías, que ya son tecnologías de la comunicación y la información, han modificado todo en nuestras sociedades. Internet, en particular, ha diluido el periodismo”.

Ramonet describe cómo los cambios tecnológicos afectan a la sociedad de dos maneras: transformando los formatos tradicionales de los medios de comunicación y modificando la forma en que los usuarios interactúan con ellos. En ese sentido, los canales comunitarios no quedan exentos. Tomando en cuenta la evolución de estos medios tras la digitalización en países como España y Estados Unidos, internet se ha convertido en una alternativa de difusión.

Chiara Sáez, en su tesis doctoral sobre la televisión alternativa, trata el tema de la digitalización e internet. “Para algunos investigadores, la tecnología digital podría ser 'la' oportunidad para que estos canales cumplan con su cometido original de medios comunitarios. La convergencia y los atributos de la banda ancha permitirían utilizar la tecnología digital como un soporte que complemente a la televisión”.

Es lo que Sergio Godoy, docente en la Universidad Católica, propone para el caso chileno: no sólo hay que pensar a los canales comunitarios a través de la televisión, sino también mediante las nuevas tecnologías. Entre ellas, internet.

El problema de la difusión de contenidos únicamente por internet, es que los canales comunitarios desaparecerían de las pantallas de sus barrios. Es decir, se perdería el proceso de identificación territorial, el sentido de pertenencia y la construcción de la memoria local, como diría el antropólogo y periodista Cristian Cabalín. Además, como postula Chiara Sáez, restaría presencia a estos medios en la disputa de discursos televisivos.

LA BRECHA DE LOS QUE SOBRAN

"Ya nada es como antes. El aceleramiento y fiabilidad de las redes modificaron la manera de comunicarse, de entretenerse, de informarse, de cultivarse. Esta transformación beneficia sobre todo a los países más avanzados y agrava lo que se denomina "la fractura digital", ese abismo que se abre entre los bien provistos en tecnologías de la información y los muchos más numerosos desprovistos de ella", así comienza Ignacio Ramonet su ponencia El nuevo orden de internet.

Y agrega, "cifras condensan la injusticia: el 19% de los habitantes de la Tierra representan el 91% de los usuarios de internet". Mientras tanto, en Chile, la brecha se da por estratos sociales. Un estudio de la CEPAL realizado en 2008, describe que los habitantes de Las Condes reciben, en promedio, un ingreso mensual de casi 4 mil dólares y más del 70% tiene acceso a internet. Un poco más al sur, en la misma ciudad de Santiago, los residentes de La Pintana viven con poco más de 400 dólares al mes y sólo el 8,7% accede a internet.

De esta manera, en las localidades más pobres es más difícil la difusión de contenidos digitales. Si a esto se suma que las televisoras comunitarias -como Umbrales TV y Señal 3 La Victoria- surgen en contextos de pobreza, es probable que con la migración a internet, las estaciones populares no logren llegar a su público objetivo: sus vecinos.

Según el periodista Juan Ortega, "los canales comunitarios que no trasmiten no son estaciones de televisión. A lo más, son colectivos audiovisuales". También enfatiza que internet desvincula a los canales con sus comunidades. "Es necesario estudiar si estos medios realmente impactan a sus localidades transmitiendo desde la *web*. Primero, habría que preguntarse cuánta gente tiene conexión a internet en una población".

De ahí que Dominique Wolton, sociólogo francés, subraye que el progreso técnico es sólo una herramienta. "Esta es la paradoja actual en el mundo: cada vez tenemos más imágenes, cada vez tenemos más redes, pero al mismo tiempo hay una concentración cada vez más fuerte en las manos de un cierto grupo" (Gedda 2007:17). Es necesaria voluntad política para contrarrestar esa monopolización.

La Televisión Digital, la convergencia tecnológica e internet son sólo progreso técnico. Si no se acompañan de medidas concretas para sumar a los sectores excluidos, el sistema medial seguirá siendo desigual. Aunque el panorama parece desalentador, en Chile se han dado pasos para reducir la brecha digital, lo que abre nuevas posibilidades para que los canales comunitarios se desarrollen en la red.

Durante el gobierno de Michelle Bachelet, internet fue el servicio de telecomunicaciones que más creció. Según datos de la Subsecretaría de Telecomunicaciones, en los últimos años Chile alcanzó los 2 millones de conexiones. Siguiendo en esta línea, el plan Todo Chile Comunicado de Sebastián Piñera pretende que antes que termine el 2011, el 90% de la población chilena sea "parte de la sociedad del conocimiento y la información[10]".

Todo lo anterior da cuenta de que, al menos en el discurso, existe voluntad política de reducir la brecha de acceso a internet en el país. Este posible avance tecnológico, como apuesta el sociólogo español Manuel Castells, debe ser visto como una nueva herramienta de movilización y organización para los medios no tradicionales.

"Desde hace muchos años, el movimiento altermundialistas contra el capitalismo global usa internet, no sólo como herramienta de organización sino también como lugar de debates e

[10] Noticia publicada el 10 de Septiembre del 2010 en el sitio web de la Subtel. www.subtel.cl

intervenciones. Por esta vía también se desarrolla una capacidad de influencia, pasando por Indymedia[11] o una serie de otras redes asociativas, como los canales de televisión callejera o las radios alternativas. Organizados en redes, forman un verdadero nuevo sistema de información", subraya Castells.

Más allá de los cambios culturales que vengan con las nuevas tecnologías, es la voluntad política la que condiciona las coyunturas. Por ende, vale la pena retomar a Chiara Sáez, quien ha seguido paso a paso tanto el camino de los canales comunitarios, como el de la Televisión Digital en Chile. "Después de varios años de trabajo, recién podríamos empezar a medir el 'éxito' de estas iniciativas". Es ahí cuando se debiera evaluar si realmente es provechoso para los canales comunitarios pertenecer al nuevo sistema.

Las nuevas tecnologías no son garantes en sí mismas de la democratización de las comunicaciones. Por lo tanto, el soporte en que los canales comunitarios difundan sus mensajes - sea televisión o internet-, es sólo la forma de un objetivo más complejo: sacar la voz para difundir ideas que la televisión tradicional no siempre considera.

La televisión vacía que muchos teóricos critican, constantemente habla de sí misma. Genera contenidos replicando su programación: en los matinales se comentan los hechos del *reallity* nocturno y en los noticiarios los actores de alguna telenovela aparecen como víctimas de su propia fama. Sin embargo, cuando la televisión es la verdadera protagonista de una historia, de una revolución que cambiará las pantallas para siempre, el pudor se apodera de ella.

Este reportaje intenta inscribirse -desde el papel y no la pantalla- como un aporte al debate sobre los cambios en la televisión, lo que no se difunde a la ciudadanía, sino que se conversa a puertas cerradas. Mientras la televisión, la que llega a cada hogar de Chile, esté en manos de unos pocos, la discusión no saldrá al aire, la televisión no será televisada.

---

[11] Indymedia es un colectivo de las organizaciones de los medios independientes y de los centenares de periodistas que ofrecen los pueblos, cobertura no-corporativa.

QUIÉN ES QUIÉN EN ESTA INVESTIGACIÓN



Claudio Avendaño

Licenciado en Sociología en la Universidad de Chile y Doctorando en Ciencias de la Comunicación y Periodismo, Universidad Autónoma de Barcelona.

Es académico de la Universidad Diego Portales y columnista para La Nación. Su área de estudio son las nuevas tecnologías y su relación con los jóvenes, así como la comunicación ciudadana.



Patricia "Pachi" Bustos

Periodista de la Universidad Diego Portales.

Documentalista, realizadora de "Actores Secundarios" y "Los Ángeles Negros". Mientras cursaba sus estudios superiores, realizó talleres de comunicación popular en distintas poblaciones de Santiago. Actualmente es académica en el Instituto de la Comunicación e Imagen de la Universidad de Chile.



Cristian Cabalín

Periodista de la Universidad de Chile y Magíster en Antropología y Desarrollo.

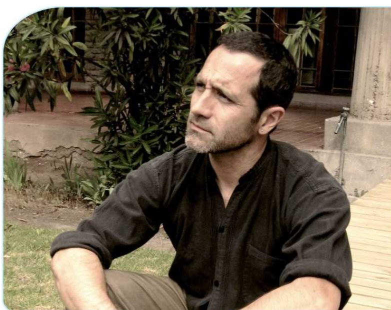
Académico del Instituto de la Comunicación e Imagen de la Universidad de Chile, ha realizado estudios sobre la comunicación comunitaria y su impacto en las poblaciones que representan. Actualmente, se encuentra en Estados Unidos, preparándose para comenzar sus estudios de doctorado.



Juan Manuel Calvelo

Geólogo de la Universidad de Buenos Aires.

Uno de los principales gestores de la comunicación para el desarrollo, ha dictado cátedra en universidades de Latinoamérica, Asia y Europa. Sus publicaciones y trabajos académicos se relacionan con el audiovisualismo como herramienta para la educación y el desarrollo de las comunidades rurales.



Pablo Corro

Periodista de la Universidad Diego Portales, Licenciado en Estética en la Universidad Católica y Doctor en Filosofía de la Universidad de Barcelona.

Académico de la Pontificia Universidad Católica de Chile, sus áreas de investigación son el cine, la literatura y el lenguaje audiovisual. Ha publicado textos sobre cine y estética cinematográfica y ha sido jurado en variados certámenes audiovisuales.



José Ángel Cuevas

Poeta y Profesor de Filosofía del ex Instituto Pedagógico de la Universidad de Chile.

Ha publicado poesía desde 1979, su último libro, Adiós muchedumbres, fue editado en 2010. Ha dictado talleres de poesía en la Corporación Cultural Balmaceda Arte Joven (Balmaceda 1215). Su estilo poético es de denuncia y del sujeto urbano en el contexto de la sociedad de consumo.



Valerio Fuenzalida

Licenciado en Teología en la Universidad Católica, Magíster en Ciencias Bíblicas en el Instituto Bíblico de Roma, posee estudios sobre producción de televisión, adquiridos en la Escuela de Artes de la Comunicación de la PUC.

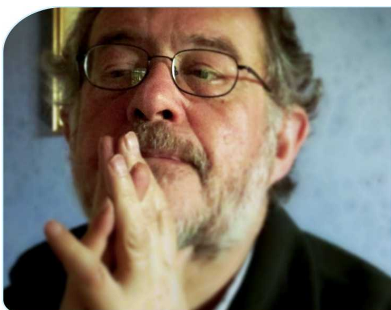
Académico de la Facultad de Comunicaciones, FACOM, de la UC, su área de estudio es la televisión, las audiencias y la televisión pública, temas que ha publicado en múltiples libros.



Paula Gálvez

Diseñadora de Vestuario, INACAP.

Junto a Yovanny Moraga, fundó y dirige Canal 3 Pichilemu. Transmite 365 días al año, siete días a la semana, seis horas diarias. Además, son realizadores de las películas “Antes de la Multitud” y “El cocinero de Ross”, ambas enfocadas en temáticas sobre Pichilemu.



Francisco Gedda

Ingeniero Eléctrico en la Universidad Federico Santa María, Informático de la Universidad de Chile, estudió también Fotografía en el Instituto Fílmico de la Universidad Católica y Diseño Instruccional para Televisión Educativa en la Universidad del Zulia en Venezuela.

En los 70, se desarrolla como audiovisualista junto a Manuel Calvelo, orientándose a la capacitación rural. Desde los 80 realiza documentales televisivos como Al Sur del Mundo y Bajo la Cruz del Sur. Actualmente es académico en la Universidad de Chile y dirige y produce el programa Pueblos Originarios.



Sergio Godoy

Periodista y Licenciado en Estética en la Universidad Católica de Chile, Master en Dirección de Empresas (MBA), y Doctor en Comunicaciones (PhD), por la Universidad de Westinter, Inglaterra.

Fue Director del seminario Televisión Digital y Convergencia, ¿más y mejor televisión?, celebrado en la Universidad Católica el año 2009. Además, ha realizado cuantiosas investigaciones sobre la historia de la TV, con ejemplares como "¿Públicamente rentable? Evaluación de la TV pública orientada al mercado".



José Luis "Polo" Lillo

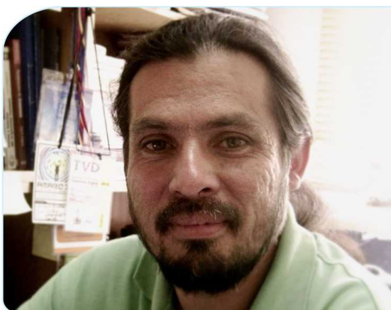
Fundador de Señal La Victoria, el primer canal comunitario chileno. Es uno de los personajes más reconocidos en el área de los canales comunitarios, ya que ha ayudado a levantar estas experiencias en Chile y el mundo. Asimismo, fue parte de los fundadores de la Red de Televisoras Populares y Comunitarias (RTP).



Juan Ortega Fuentes

Periodista de la Universidad de Chile, Magíster en Comunicación Social y Estrategias Locales de Comunicación.

Actualmente está a cargo del área de Educación y Comunicaciones de la ONG ECO. Allí, junto al periodista Patricio Rivera, realiza intervenciones con medios comunitarios para potenciar estas experiencias. Además, forma parte de Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC).



Luis Rivera Méndez

Ingeniero Civil Electricista y Magister en Administración y Dirección de Empresas de la Universidad de Sanatiago de Chile. Magíster en Ciencias de la Ingeniería Mención Ingeniería Biomédica, de la Universidad de Chile.

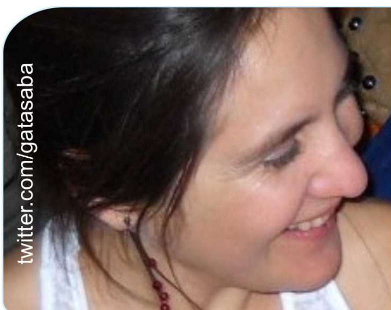
Fundador del Umbrales TV, canal comunitario de Villa Francia. Forma parte del Taller Avanzado para Audiovisualistas Comunitarios, impartido por el Fondo de Cultura del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. Actualmente, es jefe de la carrera de Tecnología en Comunicaciones en la Usach.



Patricio Rivera

Periodista de la Universidad de La República.

Se desempeña en la ONG Eco, Educación y Comunicaciones, en el área de organizaciones sociales de base, potenciando a medios comunitarios, como radios y televisoras.



Chiara Sáez Baeza

Socióloga de la Universidad de Valparaíso, Doctora en Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Barcelona, UAB.

Es investigadora en temas de televisión y especialista en el Tercer Sector de la Comunicación (TSC). Ha sido consultora del Consejo Nacional de Televisión (CNTV) de Chile. Actual miembro del Observatorio Internacional de Televisión OITVE de la UAB.



Lucas Sierra Iribarren

Abogado de la Universidad de Chile, Magíster en Sociología de la Pontificia Universidad Católica de Chile, Master en Derecho de la U. de Yale y Doctor (PH.D.) de la U. de Cambridge.

Es académico en la Universidad de Chile, con cátedras sobre las normativas de las telecomunicaciones en Chile. Además, es columnista en el diario El Mercurio y consultor en materia de regulación de telecomunicaciones. Ha publicado investigaciones ligadas a la Televisión Digital en Chile, como “Reforma Legislativa de la Televisión ante el futuro digital: un paso adelante, uno atrás”.

BIBLIOGRAFÍA

Acción RSE 2007 (Responsabilidad Social Empresarial), “Guía práctica para la elaboración de Reportes de Sustentabilidad”. [Documento disponible en internet en http://www.accionrse.cl/app01/home/pdf/documentos/Guia_Reportes_Sustentabilidad.pdf]

AMARC 2009 “Principios para un marco regulatorio democrático sobre radio y TV comunitaria”. [Documento de internet disponible en http://legislaciones.amarc.org/Principios/Principios_Legislacion_Radiodifusion_Comunitaria_esp.pdf]

AMARC 2010 *Principios para garantizar la diversidad y el pluralismo en la radiodifusión y los servicios de comunicación audiovisual.* Fundación Ford. Buenos Aires, Argentina.

Benavente, S. y Castellano, S. (s.f) “Comunicación Popular y Universidad”. Página/12, Buenos Aires, Argentina.
[Documento de internet disponible en http://bit.ly/fdufhj]

Berríos, M. (1990). *Detrás del arco iris: epistemología de la cultura popular en América latina.* Diálogos de la Comunicación, Número 26. FELAFACS.

Beyer, R. s.f. “Modelos culturales y formas de conciencia colectiva”. [Documento de internet disponible en http://bajocontrol.over-blog.es/article-teoria-critica-y-escuela-de-frankfurt-teoria-de-la-pseudocultura-59970794.html]

Bourdieu, P. (1996). *Sobre la televisión.* Editorial Anagrama. Barcelona, España.

Bustamante, J. "Hacia la cuarta generación de Derechos Humanos: repensando la condición humana en la sociedad tecnológica". [Documento de internet disponible en http://www.oei.es/revistactsi/numero1/bustamante.htm]

Bustos, P. y **Pezoa, P.** 1995 *Espacios Audiovisuales y Transición Democrática.* Santiago, Universidad Diego Portales.

Cabalín, C. 2008 “Entre la tele y la pared”. Revista Tercer Mileno, UCN. [Documento de Internet disponible en http://www.tercermilenio.ucn.cl/e17/tercermilenio17/art01.html]

Cabalín, C. 2010 "Democracia y Comunicación: Un lugar para los Medios Comunitarios". Revista F@ro – Estudios, de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Playa Ancha. [Documento de Internet disponible en http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3321008]

Cadavid, A. 2010 “La sostenibilidad de los medios comunitarios y ciudadanos”. Ponencia en el IV Encuentro de EPM con Medios Alternativos. Medellín, Colombia.

Cárdenas, J. 2009 *Un peligro para la sociedad.* Random House Mondadori S.A. Santiago de Chile.

Castells, M. 2005 "La globalización actual es asimétrica y favorece a ciertos grupos de interés y ciertos valores". [Documento de internet disponible en http://www.archivochile.-com/Chile_actual/20_tras_interna/chact_trasintern0018.pdf]

Castells, M. 2006. *La nueva comunicación.* Le Monde Diplomatique, No. 66. Editorial Aún Creemos en los Sueños. Santiago, Chile.

Cecchini, S. 2005 *Oportunidades digitales, equidad y pobreza en América Latina: ¿Qué podemos aprender de la evidencia empírica?* División de Estadísticas y Proyecciones Económicas, Cepal. Publicación de las Naciones Unidas. Santiago de Chile.

De la Garza, E. 2001 "La epistemología crítica y el concepto de configuración: Alternativas a la estructura y función estándar de la Teoría". JSTOR: Revista Mexicana de Soiología, Vol 63, No. 1 (pp. 109 - 127).

Diana, P. 2009 *Un camino de promesas: el atraso en la decisión del gobierno sobre la norma de televisión digital en Chile*. Santiago, Universidad de Chile.

Eco, U. 1988 (1997) *Cómo se hace una tesis. Técnicas y procedimientos de investigación, estudio y escritura*. Editorial Gedisa. Barcelona, España.

Fucatel, Observatorio de Medios. 2008 *TV Digital. Manual para el uso de legisladores.* Centro de Competencia en Comunicación para América Latina de la Fundación Friedrich Ebert. Santiago de Chile.

Fucatel, Observatorio de Medios. 2010 "Damián Loreti: la batalla por democratizar el mercado de las ideas". [Documento de internet disponible en http://bit.ly/9lSqeE]

Fuentes del Campo, D.; Jara, E. y Rioseco, J. 2009 "Experiencias de Comunicación Popular en Santiago de Chile". Santiago, Universidad de Chile.

Fuenzalida, V. 2000 *La Televisión Pública en América Latina. Reforma o Privatización.* Fondo de Cultura Económica. Santiago de Chile.

Gallegos, L. (s.f) "Reflexiones sobre comunicación global y local e identidad cultural en Chile". [Documento de internet disponible en http://bit.ly/g2w5Sd]

Gárate R. y Navarrete J. 2002 *Teleanálisis. El registro no oficial de una época.* Santiago, Universidad Diego Portales.

García, L. 2009 *Sistemas Informativos en América Latina*. Ril Editores. Santiago de Chile.

García-Canclini, N. 1983 "¿De qué estamos hablando cuando hablamos de lo popular?" [Documento de internet disponible en http://bit.ly/h1GMFC]

García-Canclini, N. 1984 "Cultura y organización Popular. Gramsci con Burdeau". Cuadernos Políticos, número 38, ediciones era, México, D.F., enero-marzo 1984, pp.75-82.

García-Canclini, N. 1999. *La globalización imaginada: Globalizarnos o defender la identidad ¿Cómo salir de esta opción?* Buenos Aires, Argentina. Editorial Paidós.

García Márquez, G. 1996 "El mejor oficio del mundo". Discurso ante la 52a. Asamblea de la Sociedad Interamericana de Prensa, SIP. Los Angeles, Estados Unidos.

Gedda, F. (Editor) 2007 *El reto de la TV digital. Tecnologías de la información y comunicación ciudadana.* Editorial Universitaria. Santiago de Chile.

Godoy, S. 2005 "Desafíos Regulatorios para la adopción de la Televisión Digital Terrestre en Chile". [Documento de internet disponible en http://bit.ly/eSI3m9]

Godoy, S. 2009 "Televisión digital en Chile: ¿es posible más y mejor TV para los chilenos?" Revista Temas de Agenda Pública, Año 4, Nº 31. Dirección de Asuntos Públicos Universidad Católica, Santiago de Chile.

González, R. 2010 "TV Universitaria ¿Réquiem o resurrección?". Artículo de Le Monde Diplomatique, Año X, número 113.

Grajales, T. 2000 "Tipos de Investigación" [Documento de internet disponible en http://www.tgrajales.net/investipos.pdf]

Gumucio-Dagrón, A. (s.f) "La televisión comunitaria. Ni pulpo, ni púlpito: pálpito". [Documento de internet disponible en http://kerymedia.com/Alfonso-Gumucio-Dagron/articulos/television.html]

Gumucio-Dagrón, A. 2001. "Arte de equilibristas: La sostenibilidad de los medios comunitarios". New York, Estados Unidos, The Rockefeller Foundation.

Gumucio-Dagrón, A. 2001 *Haciendo Olas. Historias de participación comunicativa para el cambio social.* New York, Estados Unidos, The Rockefeller Foundation

Gumucio-Dagrón, A. 2004 "El cuarto mosquetero: la comunicación para el cambio social". Revista Investigación y Desarrollo, Año 12, Nº 001. Universidad del Norte Barranquilla, Colombia.

Kapuściński, R. 2003 *Los cinco sentidos del periodista (estar, ver, oír, compartir, pensar).* Fundación para el Nuevo Periodismo Iberoamericano, Fundación Proa, FCE. México.

Ley 18168, Ley General de Telecomunicaciones de Chile. Promulgada y publicada en 1982. [Documento de Internet disponible en http://www.leychile.cl/Navegar?idNorma=29591]

Ley 26.522, Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual de Argentina. Sancionada y promulgada el 10 de octubre de 2009. [Documento de internet disponible en http://bit.ly/gKiEhK]

Ley, proyecto de. "Mensaje Nº 942-356 de Michelle Bachelet que permite la introducción de la televisión digital terrestre". Santiago, octubre de 2008. [Documento de internet disponible en www.camara.cl]

MacBride, S. 1993 (1980) *Un solo mundo, voces múltiples. Comunicación e información en nuestro tiempo.* Fondo de Cultura Económica, México.

Martín-Barbero, J. 2001 "Los oficios del comunicador". Artículo presentado durante las Jornadas de Comunicación en el Instituo Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO).

Mastrini, G. y Becerra, M. 2006 *Periodistas y Magnates. Estructura y concentración de las industrias culturales en América Latina.* Prometeo Libros. Buenos Aires, Argentina.

Mellado, C. y Parra, E. 2008 "Indicadores de identidad y perfil del periodista regional en Chile". Opción, Vol. 24, No. 55. (pp. 145 -167) Universidad de Zulia. Maracaibo, Venezuela. [Documento de internet disponible en http://redalyc.uaemex.mx/pdf/310/31005509.pdf]

Moneva, B. 2008 *El pluralismo informativo en el ordenamiento jurídico chileno*. Valdivia, Universidad Austral de Chile.

Montero, V. 2000 "Los estudios de la audiencia: una visión crítica desde la economía política". Revista Ámbitos, No. 5 (pp. 191 - 210). [Documento de internet disponible en http://grupo.us.es/grehcco/ambitos05/vela.pdf]

Muñoz, V. y Madrid, P. 2005 *Herminda de La Victoria. Autobiografía de una población.* Libros La Calabaza del Diablo. Santiago de Chile.

Nogueira, H. 2003 "Los derechos esenciales o humanos contenidos en los tratados internacionales y su ubicación en el ordenamiento jurídico nacional: doctrina y jurisprudencia". [Documento de internet disponible en http://bit.ly/ii1BgG]

Orrego, C y Araya, R. 2002 *Internet en Chile: Oportunidad para la participación ciudadana.* PNUD: Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, No. 7. [Documento de internet disponible en http://desarrollohumano.cl/otraspub/Pub07/internet.pdf]

Palazzolo, F. y Vidarte, V. (s.f) "Claves para abordar el diseño metodológico". Documento de cátedra del Seminario Permanente de Tesis de la Facultad de Periodismo de la Universidad Nacional de La Plata, Argentina.

Palma, **J**. 2004 *Movimiento Popular y comunicación. El caso de Radio Villa Francia (1982-2004)*. Santiago, Universidad de Chile.

Parlamento Europeo 2008 "Proyecto de Informe sobre medidas de apoyo a los medios de comunicación alternativos en Europa con el fin de garantizar un entorno mediático plural y la diversidad cultural".

Parrini, V. 2010 "Sueños Digitales". Artículo de Le Monde Diplomatique, Año X, número 113.

Román, E. (Editor) 2000 *Manual de Metodología de Investigación.* Universidad Santo Tomás, Escuela de Relaciones Públicas.

S/A (s.f) "21 puntos básicos por el derecho a la comunicación", Coalición por una Radiodifusión Democrática. [Documento de internet disponible en http://www.coalicion.org.ar/]

S/A (s.f) "Internet es el servicio de telecomunicaciones que más creció en hogares durante el gobierno de Bachelet". Subsecretaría de Telecomunicaciones. [Documento de internet disponible en http://bit.ly/i5w3gY]

S/A (s.f) "Los Derechos de Tercera Generación: los derechos de los pueblos o derechos de solidaridad", Federación de ONG de Desarrollo de la Comunidad de Madrid, Manuales sobre Derechos Humanos. [Documento de internet disponible en http://bit.ly/fNtMfA]

S/A (s.f) "TV Comunitaria, algunas reflexiones para el debate". Grupo alavío. [Documento de internet disponible en www.agoratv.org]

S/A 2007 "Transmitiendo otra comunicación: entrevista a Óscar Magarola". Revista de Comunicación Comunitaria ENREDADOS, febrero de 2007. [Documento de internet disponible en http://bit.ly/fO1LIM]

S/A 2008 "Sexta Encuesta Anual de Televisión 2008". Consejo Nacional de Televisión, Chile. [Documento de internet disponible en http://bit.ly/e9zwUc]

S/A 2010 "Presidente Piñera Inaugura primera etapa del proyecto bicentenario 'Todo Chile Comunicado'". Subsecretaría de Telecomunicaciones. [Documento de internet disponible en [http://bit.ly/aN20aD]

S/A 2010 "Propuesta de la Mesa de Ciudadanía y Televisión Digital. Más y Mejor Televisión para Chile".

Sáez, C. 2007 "Tercer Sector de la Comunicación y digitalización. Situación internacional en el ámbito televisivo". Informe para el Consejo Nacional de Televisión, Chile. [Documento de internet disponible en http://www.cceproyectos.cl/uvic/?page_id=127]

Sáez, C. 2008 *Tercer Sector de la Comunicación. Teoría y Praxis de la televisión alternativa. Una mirada a los casos de España, Estados Unidos y Venezuela.* Universidad Autónoma de Barcelona, España.

Sáez, C. 2009 "Conceptualización y contextualización del tercer sector de la comunicación: aportes al debate legislativo sobre televisión comunitaria en la transición digital chilena". Consejo Nacional de Televisión, Chile. [Documento de internet disponible en http://www.cntv.cl/medios/TVDigital/TVdigital_TSC_final.pdf]

Sáez, C. 2009 "Invisibilización de la comunicación alternativa: propuestas de entrada y salida". Revista Latina de Comunicación Social, Vol. 12, Núm. 64, 2009, pp. 416-423 Laboratorio de Tecnologías de la Información y Nuevos Análisis de Comunicación Social. España.

Sáez, C. 2010 "Qué es y qué no es un medio comunitario. Comentarios a la ley chilena de televisión digital". [Documento de internet disponible en http://bit.ly/9AAZf2]

Saéz, C. (s.f a) "Apuntes para la Mesa de Ciudadanía y TV digital". Documento inédito.

Sáez, C. (s.f b) "Comentarios a los 15 puntos de la Mesa de TV Digital". Documento inédito.

Salazar, C. 2010 "Los verdaderos actores sociales". La Nación, Chile. [Documento de internet disponible en http://bit.ly/9b1vU6]

Santa Cruz, E. 2007 *Discurso televisivo, exclusión e inclusión social.* Instituto de la Comunicación e Imagen, ICEI, Universidad de Chile. Santiago, Chile.

Schiller, H. 1996 Information lnequality: el desencanto. Editorial Routledge. Londres, Inglaterra

Serrano, P. y Alba, S. 2007 *Medios Violentos. Palabras e imágenes para la guerra.* Fundación Editorial El Perro y La Rana. Caracas, Venezuela.

Sierra, L. 2006 "Hacia la Televisión Digital en Chile. Historia y Transición". Estudios Públicos, Santiago de Chile, 112-154.

Souza, S. (s.f) "La centralidad del estado del arte en la construcción del objeto de estudio". Documento de cátedra del Seminario Permanente de Tesis de la Facultad de Periodismo de la Universidad Nacional de La Plata, Argentina.

Vargas, J. (s.f) "Las relaciones de los fundamentos teóricos entre la 'Nueva Eonomía Política', 'La Nueva Gerencia Pública' y la 'La Nueva Política Social'.

Vargas, J. 2006 "Teoría de la Acción Comunicativa: Jurgen Habermas". México: Asociación Oaxaqueña de Psicología A.C. [Documento de internet disponible en http://www.conductitlan.net/jurgen_habermas.ppt]

Vera, S. 2005 *Concentración de la propiedad de los medios de comunicación en Chile y sus efectos en el pluralismo informativo*. Valdivia, Universidad Austral de Chile.

Vidarte, V. (s.f) “Las herramientas teórico conceptuales”. Documento de cátedra del Seminario Permanente de Tesis de la Facultad de Periodismo de la Universidad Nacional de La Plata, Argentina.

Vidarte, V. (s.f) “El referente empírico. Universo, muestreo y unidades de observación”. Documento de cátedra del Seminario Permanente de Tesis de la Facultad de Periodismo de la Universidad Nacional de La Plata, Argentina.

Walger, S. (s.f) “Ignacio Ramonet: la revolución digital”. Entrevista realizada por una periodista del diario argentino La Nación. [Documento de internet disponible en http://bit.ly/gmIe9R]

Wilson, P. 2010 “Soportes para la libertad de expresión de la ciudadanía”. Artículo de Le Monde Diplomatique, Año X, número 113.

Zabaleta, I. (s.f) “La TV de acceso público por cable y el euskara: un futuro compartido”. [Documento de internet disponible en http://www.ehu.es/zer/zer5/4zabaleta.html]

ENTREVISTADOS

Avendaño, C. 2010 Entrevista en la Universidad Diego Portales, Santiago. Martes 16 de noviembre.

Bustos, P. 2010 Entrevista en su domicilio, Ñuñoa. Viernes 10 de diciembre.

Cabalín, C. 2010 Entrevista en el Instituto de Comunicación e Imagen, Universidad de Chile. Miércoles 24 de noviembre.

Calvelo, J. 2010 Entrevista en su domicilio, Las Condes. Miércoles 8 de septiembre.

Corro, P. 2010 Entrevista en el Campus Oriente de la Universidad Católica. Viernes 19 de noviembre.

Costoya, E. 2011. Entrevista realizada por Vicente Parrini en el Observatorio de Medios Fucatel. Material inédito.

Cuevas, J. 2010 Entrevista en el Parque Bustamante, Providencia. Lunes 27 de septiembre.

Fuenzalida, V. 2010 Entrevista en la Facultad de Comunicaciones de la Universidad Católica. Viernes 10 de septiembre.

Gálvez, P. 2010 Entrevista en la estación de televisión de Canal 3 Pichilemu, sexta región. Sábado 22 de enero.

Gedda, F. 2010 Entrevista en su domicilio, Ñuñoa. Miércoles 29 de septiembre.

Godoy, S. 2010 Entrevista en la Facultad de Comunicaciones de la Universidad Católica. Lunes 6 de diciembre.

Ortega, J. 2010 Entrevista en la ONG ECO, Ñuñoa. Lunes 13 de diciembre.

Lillo, L. 2010a Entrevista en la estación de televisión Señal 3 La Victoria, Pedro Aguirre Cerda. Viernes 1 de octubre.

Lillo, L. 2010b Entrevista en la estación de televisión Señal 3 La Victoria, Pedro Aguirre Cerda. Lunes 27 de diciembre.

Loreti, D. 2011 Entrevista vía correo electrónico. Viernes 21 de enero.

Sierra, L. 2010 Entrevista en el Centro de Estudios Públicos, Santiago. Jueves 2 de diciembre.

Parrini, V. 2010 Entrevista vía correo electrónico. Jueves 3 de febrero.

Rivera, L. 2010 Entrevista en la Universidad de Santiago, lunes 29 de noviembre.

Rivera, P. 2010 Entrevista en la ONG ECO, Ñuñoa. Lunes 13 de diciembre.

Sáez, C. 2010 Entrevista vía correo electrónico. Lunes 6 de septiembre.

Tapia, N. 2011 Entrevista vía correo electrónico. Sábado 12 de febrero.